



Universidad de
San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación

“El chupete electrónico de la era digital

Usos, gratificaciones, y resistencias de Inmigrantes digitales

frente a los teléfonos inteligentes”

Autora: Lucía Bartolomé

Legajo: 24023

Mentor: Nicolás Nóbile

Buenos Aires, Marzo 2018

CONTENIDO

Contenido	1
AGRADECIMIENTOS.....	2
1. INTRODUCCIÓN	3
2. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	8
3. MARCO METODOLÓGICO	18
4. DESARROLLO: EJES DE LOS RESULTADOS.....	22
4.1 USOS Y GRATIFICACIONES MATERIALES	24
4.1.1 Laboral	24
4.1.2 Búsqueda de información	29
4.1.3 Relaciones interpersonales e identidad personal.....	33
4.1.4 Diversión/entretenimiento/ocio.....	39
4.2 USO Y GRATIFICACIÓN SIMBÓLICA	42
4.3 OBSTÁCULOS Y RESISTENCIAS	47
4.3.1 BRECHA GENERACIONAL: TRADICIÓN VS. CAMBIO DE PARADIGMA	47
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS	
INVESTIGACIONES.....	59
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

Mi tesis significa el cierre de un ciclo que transité con altos y bajos. Finaliza una etapa universitaria que abre puertas al futuro por venir y que recibo con mis brazos abiertos.

Este trabajo no hubiese sido posible sin la ayuda, paciencia, risas y coraje de Mónica Montero, la primera persona a quien quiero agradecer y dedicar el resultado de tanto esfuerzo.

Gracias a mi tutor, Nicolás Nóbile y a Silvia Ramirez Gelbes: ellos fueron mis guías para darle comienzo y finalización a esta tesis.

Gracias a la Universidad de San Andrés por haberme dado la posibilidad de conocer a tantas personas sabias y maestros de vida.

Gracias a todos los entrevistados y participantes de los grupos focales por su tiempo, predisposición, y sobre todo, agradecerles por todo el contenido que me dieron.

Finalmente, gracias a mi familia porque no estaría escribiendo esto si no fuese por ellos. A mis padres Gerardo y Marcela, y mis hermanos: Sofia, Ignacio, Josefina y Anita. Gracias por su apoyo, oídos, contención y soporte constante. Ustedes son el motor de mi vida.

1. INTRODUCCIÓN

Somos una sociedad atravesada por los medios conectivos y las tecnologías de la información en la comunicación, conformando un ecosistema tecno-cultural (José Van Dijck, 2013), como lo demuestra una investigación holandesa que señala que el avance de las nuevas tecnologías trae consigo una urgencia por entender el impacto social y cultural que tienen sobre nosotros. Cambios veloces que entusiasman (por ejemplo, posibilidad de contactarse con su médico por mensajería instantánea, comprar ropa por internet, comunicarse con un ser querido que está lejos) y a la vez preocupan ya que los medios masivos de comunicación y las Tecnologías de la información y Comunicación (TICS) avanzan cada vez más sobre las relaciones humanas y, al poder a las tecnologías, ellas pueden controlar/moldear nuestras vidas.

Manuel Castells describe la sociedad actual como la Sociedad Informacional donde se utiliza un nuevo sistema tecnológico basado en las tecnologías de la información y comunicación a través de redes digitales; así como también emerge una cultura digital que afecta la manera en que los seres humanos procesamos la información y consecuentemente nos comunicamos (Castells, 2008). El autor explica que un fenómeno revolucionario de la magnitud de los cambios tecnológicos, que modifican la estructura de una sociedad, deben ser analizados desde distintos puntos de vista para observar lo propio de cada cultura. Todas las relaciones y estructuras sociales, económicas, políticas se basan en la comunicación. Por lo tanto, la transformación en los procesos de comunicación modifican todo lo demás (Castells, 2000).¹

El avance tecnológico se hace omnipresente en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=fUodIfrX6UE>

² Es interesante destacar que el autor que está realizando esta afirmación es de nacionalidad francesa.

³ Se desarrollará este concepto en detalle más adelante en la investigación.

⁴ Una tarjeta SIM (acrónimo en inglés de subscriber identity module, en español módulo de identificación)

Sobre todo en la comunicación, valor que en las sociedades occidentales tiene la misma magnitud que la libertad y la igualdad², como expresa Dominique Wolton (2000). Hay una verdadera transformación de la comunicación de masas por el avance de las nuevas tecnologías que obliga a las sociedades a adaptarse velozmente. El autor describe que “se trata de un cambio sustancial en la estructura de la comunicación, tanto por lo que respecta a los modelos de relación individual y colectiva, como por el estatus que la sociedad concede a la comunicación” (Wolton, 2000: 2).

A pesar de lo global de este hecho, la tecnología digital no ha incluido a la mayoría. Todavía quedan grandes grupos sociales excluidos, por ejemplo, las poblaciones más vulnerables en términos socioeconómicos, así como también, la edad es un factor de exclusión. En el país se ha tomado conciencia de dicho problema, dado que para el Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (INDEC) “la disponibilidad de información sobre las TICS a las que se accede en el hogar y su utilización, permite obtener estimaciones clave para el análisis de la inclusión digital en Argentina” (INDEC, 2015).

En esta vorágine de nuevos medios de comunicación hay una generación denominada por Prensky (2010) *nativos digitales*. Incluye en ésta categorías a aquellas personas que durante su proceso de educación básica ya estuvieron inmersos en el uso de la tecnologías digitales de la comunicación, es decir “nadan como pez en el agua” en los dispositivos digitales (Saavedra, S/F; Busquet & Uribe, 2011). En contraposición al concepto de nativos digitales, Prensky desarrolla el concepto de *inmigrantes digitales*, aquellos individuos que si bien nacieron y se educaron sin

² Es interesante destacar que el autor que está realizando esta afirmación es de nacionalidad francesa.

las actuales tecnologías de información y comunicación digitales, se han tenido que adaptar y aprender este “nuevo lenguaje” (Prensky, 2010).³

Esta tesis se trata de una investigación para intentar responder la pregunta acerca de los usos, gratificaciones, barreras y resistencias de los inmigrantes digitales frente a las nuevas tecnologías que ofrecen los teléfonos inteligentes. Según la experiencia de usuarios consultados en la etapa preliminar de la formulación de esta tesis, hombres y mujeres de más de cuarenta años se perciben excluidos al momento de las estrategias de la alfabetización digital, ya sea por una cuestión de edad, de gustos, de limitaciones físicas (como la vista) o cultural, (Pagola, 2010). En tal sentido, se puede afirmar que existe una “brecha” o “fractura” entre generaciones en lo que respecta a las tecnologías (Prensky, 2010; Busquet & Uribe, 2011).

La distancia en la alfabetización digital entre unos y otros se da por una doble resistencia: de los inmigrantes hacia las nuevas tecnologías (prefieren medios tradicionales, no sienten que los nuevos medios sean amigables, por temor a lo desconocido) y de las tecnologías y su capacitación hacia los inmigrantes digitales (por ejemplo, hay una creencia de que la capacitación de adultos para las nuevas tecnologías es una pérdida más que una inversión), (Busquet & Uribe, 2011; Prensky, 2010 y Álvarez A., 2014). Se observa que los inmigrantes digitales se siguen inclinando hacia el consumo de medios tradicionales: “Podría pensarse que, las personas mayores, al pertenecer a una generación que no creció haciendo uso de la tecnología [inmigrantes digitales], prefieren las “gratificaciones” que les proporcionan otros medios más tradicionales como la TV, la radio, la prensa escrita o el teléfono. Y por tanto, no están interesadas en desarrollar habilidades tecnológicas” (Álvarez A., 2014: 27).

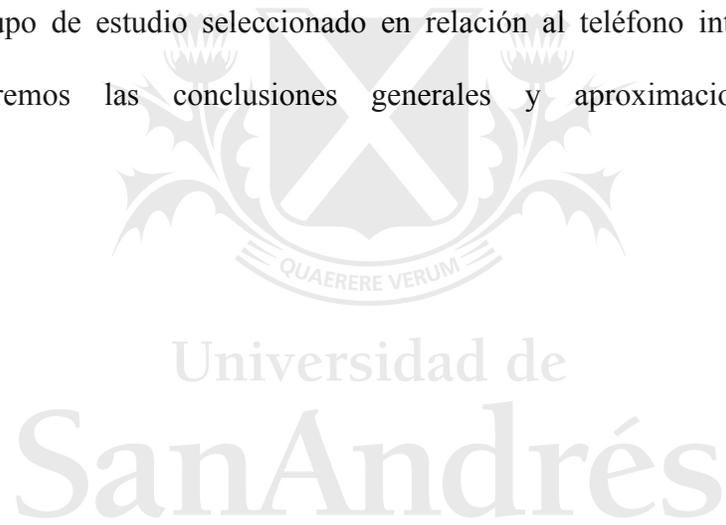
³ Se desarrollará este concepto en detalle más adelante en la investigación.

Asimismo, es relevante considerar que los inmigrantes digitales han crecido en un ámbito distinto al de los nativos digitales. Mientras que este colectivo se desarrolla en un contexto donde la tecnología es una gran influencia en las relaciones sociales (Millán, 2012), los inmigrantes digitales nacieron en un contexto donde la comunicación se asemejaba más a un acercamiento físico a través de los metalenguajes (gestos, expresiones, estados de ánimo visibles, palpables). Como consecuencia, la comunicación a través de dispositivos les puede resultar algo distante, desconocido y frío (Piscitelli, 2009).

En esta investigación concretamente se intentará analizar los usos, gratificaciones, resistencias y barreras de los inmigrantes digitales frente a las nuevas tecnologías que ofrecen los teléfonos inteligentes. Se realizará a través de un estudio cualitativo (entrevistas semiestructuradas y grupos focales) dirigido a los inmigrantes digitales, profesionales y con acceso ilimitado a dispositivos tecnológicos de este tipo, con el propósito de conocer la práctica de consumo en torno al teléfono inteligente. Si bien hay varios estudios académicos que abordan la temática de usos y consumo de los medios de comunicación, se suelen enfocar en los nativos digitales como colectivo de estudio (Almansa, 2013; Barrios Rubio, 2009; Bodino, 2016; Fortunati et al. 2002; Garza Mejía, 2013; Matassi, 2015; Weezel et al. 2009). En esta tesis se optó por investigar a los inmigrantes digitales, por un lado, justamente porque no hay una vasta cantidad de estudios enfocados en este sector poblacional, y por el otro, porque puede resultar enriquecedor explorar las motivaciones de consumo de los inmigrantes digitales desde la perspectiva de una nativa digital (quien escribe).

En síntesis, el presente trabajo sigue un método cualitativo basado en la Teoría Fundamentada para explorar cuáles son hábitos de consumo de los Inmigrantes Digitales de las

aplicaciones y servicios que ofrecen los teléfonos inteligentes. Esta dividido en distintas secciones. En primer lugar, desarrollaremos el Marco Teórico y Estado de la Cuestión para presentar el tema, desarrollar conceptos clave y demostrar la relevancia. En segundo lugar, exponemos el Marco Metodológico donde se detallan los objetivos y el diseño metodológico. En tercer lugar y el central del estudio, se analizan los resultados según distintos ejes: Usos y Gratificaciones materiales (Laboral, Búsqueda de Información, Relaciones Interpersonales e Identidad Personal, y Diversión/Entretenimiento/Ocio) y simbólicos (el teléfono inteligente como objeto fetiche), y Obstáculos y Resistencias (según la Brecha Generacional y las Barreras de Acceso) del grupo de estudio seleccionado en relación al teléfono inteligente. En última instancia, explicaremos las conclusiones generales y aproximaciones para futuras investigaciones.



2. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Antes de comenzar a desarrollar el marco teórico donde se aclaran las principales teorías y los conceptos generales, vale aclarar que para profundizar el análisis del trabajo y dado que nos basamos en la Teoría Fundamentada se retomaron conceptos y teorías en torno al debate del tema en la sección Ejes de resultados.

Como mencionamos en la Introducción, tras la revisión del estado de la cuestión sobre esta temática, aparece una vasta bibliografía sobre el estudio de los usos, percepciones y gratificaciones de jóvenes usuarios (Almansa, 2013; Barrios Rubio, 2009; Bodino, 2016; Fortunati et al. 2002; Garza Mejía, 2013; Matassi, 2015; Weezel et al. 2009) frente al uso de los teléfonos inteligentes, estudios que tangencialmente orientaron la presente investigación pero requirió la búsqueda de estudios centrados en inmigrantes digitales..

En tal sentido, encontramos además bibliografía basada en el análisis y observación de los comportamientos de los Inmigrantes Digitales, así como también, en el ámbito académico encontramos antecedentes a nuestra investigación. En principal, hay una Tesis de Doctorado de la Universidad Autónoma de Barcelona que nos servirá de referencia. La autora, Erika G. Álvarez A., (2014) explora los usos y las gratificaciones en el consumo de Internet tomando como sujeto de investigación a las personas mayores. Asimismo, se focaliza en las motivaciones, necesidades y dificultades con las que se enfrentan, y cómo o qué hacen para remontar y afrontar los avances tecnológicos. La investigación está enmarcada desde una perspectiva de género. El estudio es de carácter cualitativo a través de entrevistas semi-estructuradas, un diario de campo,

un cuestionario y un grupo de discusión, y empírico (con hipótesis) localizado en dos ciudades de España: Barcelona y Murcia. A partir de una serie de hipótesis, la autora se propone observar y analizar cómo enfrentan los avances tecnológicos en la comunicación las personas adultas.

De esta Tesis se tomarán varios conceptos, así como también, las conclusiones a las que llega para darle un marco a nuestra investigación. Por cuestiones de tiempo y extensión, no focalizamos en cuestiones de género. Además, la metodología utilizada se limitará a entrevistas semiestructuradas y grupos focales.

Por otro lado, la Tesis de grado de Ángeles Bodino de la Universidad de San Andrés titulada *¿Cuáles son los usos y gratificaciones de las redes sociales en los Millennials?* (Bodino, 2016) es un estudio cuantitativo para explorar los motivos por los cuales los millennials (nacidos en 1980-2000') utilizan y consumen las plataformas Facebook, Instagram y Snapchat. La autora se focalizó en este colectivo poblacional ya que “son quienes se adaptan con mayor agilidad a los cambios tecnológicos y tienen mayor aceptación a la innovación” (Bodino: 16). Este estudio nos servirá de base para retomar la Teoría de Usos y Gratificaciones. La diferencia es que la autora se basa en nativos digitales como segmento poblacional, así como también, utiliza un método cuantitativo a través de encuestas.

Asimismo, de la Tesis de grado de Mora Matassi de la misma Universidad denominada *“Huellas de la presencia conectada: estudio en recepción de la última hora de conexión y confirmación de lectura del mensaje en el dispositivo Whatsapp”* (Matassi, 2015) retomamos bibliografía para desarrollar conceptos a partir del análisis de los hallazgos. A partir de la lectura de la Tesis, encontramos varios textos y autores como Cingonali (2015) que sirvieron para el presente estudio. Por ejemplo, cuando analizamos al teléfono inteligente como un *chupete*

electrónico en la sección de Uso y Gratificación Simbólica, retomamos la reflexión de Cingolani sobre el dispositivo de comunicación más allá de su aspecto tecnológico: “la noción de dispositivo no remite únicamente al aspecto tecnológico, sino a la construcción de un ambiente o entorno al que se entra o en el que se convive. La noción de dispositivo es inseparable de la idea de usos o prácticas estabilizadas” (Cingolani, 2015: 63 en Matassi: 11). Además, la Tesis de Matassi fue utilizada como una referencia directa para diseñar la metodología cuantitativa, ya que la autora utilizó un método cualitativo a través de la técnica de los Grupos Focales para abordar el análisis de esta problemática, aunque en su caso fue aplicados a de jóvenes (entre 18 y 23 años) y uno compuesto por participantes adultas de entre 37 y 55 años.

2.1 *INMIGRANTES Y NATIVOS DIGITALES*

En el artículo denominado *Inmigrantes y Nativos Digitales*, Marc Prensky reflexiona sobre la reforma actual del paradigma educativo. Los jóvenes de hoy no tienen el mismo cerebro ni entorno social que las generaciones precedentes, por lo tanto, no pueden aprender de la misma manera. Se requieren de nuevas herramientas basadas en la tecnología, la eficacia, la rapidez, lo didáctico. El autor argumenta, enfocándose en nuevos estudios psicológicos, sobre las diferencias entre el cerebro de los “nativos digitales” y el de los “inmigrantes digitales”. Estos son los conceptos que tomaremos para nuestra investigación.

Marc Prensky habla de la brecha que existe entre los estudiantes de hoy en día con respecto a los adultos como consecuencia de los avances tecnológicos. Ha habido un cambio a

nivel mental, es decir, en el modo de percibir la realidad, de pensar, de procesar la información. El autor entonces define a los estudiantes de hoy en día Nativos Digitales, para hacer referencia a su dialecto, lenguaje que nace, como ellos en el seno del auge de la tecnología. Los diferencia entonces de aquellos que nacieron antes de la era digital, y en comparación a los nativos digitales los denomina Inmigrantes Digitales. Si bien no poseen el lenguaje digital innato, sienten la necesidad de incorporarlo debido a que se encuentran insertos en un mundo digital. Esta brecha en cierta medida está marcada por la inmediatez de información, el *multitasking*, y la *hiperconexión*, a la que los nativos digitales están inmersos (Prensky, 2010).

Algo interesante que destaca el autor es que en el proceso de incorporar este nuevo lenguaje y adaptarse al nuevo contexto, los inmigrantes digitales “acarrean” su huella, su impronta. En palabras del autor “...al igual que cualquier inmigrante, aprendemos...a adaptarnos al entorno y al ambiente, pero conservando siempre una cierta conexión (a la que denomino “acento”) con el pasado” (Prensky, 2010: 5).

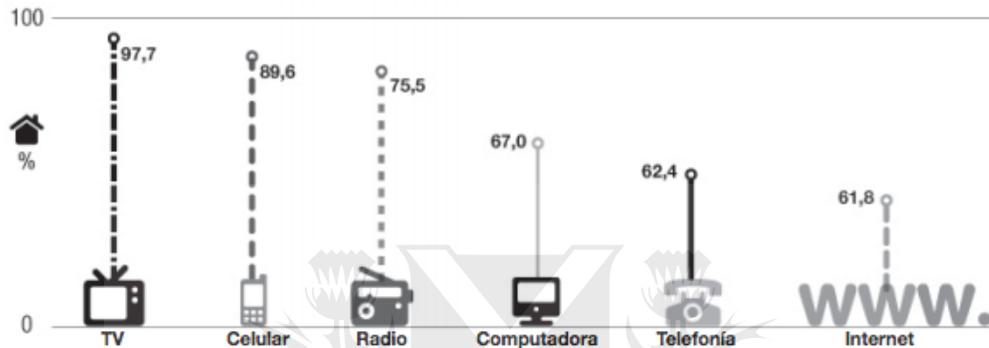
2.2 TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS)

Definimos las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) según las consideraciones que realiza María Teresa Sandoval Martín (2000, en Barrios Rubio, 2009) en sus estudios. Es decir, cuando hacemos mención de las TICS, “nos estamos refiriendo a los desarrollos más recientes en este campo, que incluyen desde la telefonía celular hasta Internet, la tecnología digital, los desarrollos de la microelectrónica [...]” (Barrios Rubio, 2009: 268).

En la última Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC) realizada en el año 2015 por el Instituto Nacional De Estadísticas y

Censos (INDEC) se observó que, aunque la televisión continúa siendo la tecnología con mayor presencia en los hogares argentinos (97,7%), el teléfono móvil está en segundo puesto (89,6%) y muy próximo a alcanzarla (INDEC, 2015).

Gráfico 1. Hogares por disponibilidad de bienes TIC. Total 31 Aglomerados EPH. Año 2015



Fuente: INDEC. Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC) 2015.

Asimismo, un estudio de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2011) realizado en el año 2011 evidencia que el 80,4% de la población entre 15 y 74 años argentina utiliza telefonía celular móvil; a su vez, el 54,88% utilizó conexión a Internet en el último año. Sin embargo, solo el 25,70% de esta misma población utilizaba Internet en el trabajo. A partir de estos datos, podemos cuestionarnos que a pesar de que más de las tres cuartas partes de esta población usa teléfonos móviles, y más de la mitad utiliza conexión a Internet, solo un cuarto de dicho grupo empleó Internet en el trabajo. La ENTIC para el año 2015 muestra que la población de diez años y más que utilizó el celular fue de 78,2%

Por otro lado, en el informe anual *Mobile Economy* de la GSMA, asociación que analiza los últimos descubrimientos de la industria de teléfonos móviles en el mundo, y que organiza el *Mobile World Congress* (MWC) celebrado en Barcelona la última semana de febrero del año

2018, se identificó que hay más líneas de teléfonos móviles en uso que seres humanos en la Tierra. El informe reveló que el número de tarjetas SIM⁴ usadas por personas en ese año fue de 7.800 millones. En relación al acceso de Internet a través del teléfono inteligente, en 2017 se registraron 3.300 millones de suscriptores, lo que implica que el 43% de los suscriptores accede a la tecnología del teléfono inteligente. Se espera que para el año 2025 sean 5.000 millones los suscriptores que utilicen sus teléfonos móviles para acceder a Internet.⁵

Por un lado, más de un tercio de la población de 15 a 74, objeto de este estudio, utiliza telefonía móvil. A su vez, las cuentas indican que este proceso sigue en expansión. Es lógico que surja la importancia de analizar la brecha en términos de la alfabetización digital de la población adulta, Inmigrantes Digitales; además de comprender los usos y gratificaciones diferenciales entre los que emplean Internet para uso personal y para uso laboral.

2.3 RESISTENCIAS

Las resistencias hacen referencia a factores internos como las limitaciones físicas, y el temor y dificultad de superar el estado de confort de los medios tradicionales. A través de unas primeras aproximaciones al campo de estudio con personas que utilizan estas tecnología

⁴ Una tarjeta SIM (acrónimo en inglés de subscriber identity module, en español módulo de identificación de suscripción) es una tarjeta inteligente desmontable usada en teléfonos móviles y módems HSPA o LTE que se conectan al puerto USB.

⁵ <https://www.lanacion.com.ar/2114250-ya-hay-mas-lineas-moviles-en-uso-que-personas-en-la-tierra>

aparecen cuestiones como la complejidad en el manejo de las pantallas táctiles, la dificultad en la visión por la edad, entre otras, en lo cual vale la pena profundizar en su estudio.

Prensky analiza las resistencias que presentan los inmigrantes digitales. Por ejemplo, no están a favor de estudiar a la vez que se mira televisión. Pero la razón está en que ellos fueron educados de otro modo, en otra época, con otras herramientas. Como dice el autor: “[los inmigrantes digitales] no practicaron esta habilidad constantemente a lo largo de todos sus años de formación. Los Inmigrantes Digitales piensan que aprender no puede (o no debería) ser divertido” (Prensky, 2010:7). A veces las resistencias también se manifiestan a través de la flexibilidad (o inflexibilidad) añorando un tiempo pasado. A veces las resistencias vienen de la mano de un fuerte miedo al cambio o incertidumbre. (Dehara Rosario & Alfaro Sotomayor, 2016)

2.4 OBSTÁCULOS

Así como las resistencias son consideradas factores internos, los obstáculos serían las barreras externas de los inmigrantes digitales hacia el consumo de la tecnología de los teléfonos inteligentes. Por ejemplo, ciertos estudios concluyen que no hay inversión en capacitación en espacios laborales para las personas mayores (Dehara Rosario & Alfaro Sotomayor, 2016). Asimismo, en el mercado tampoco se observan estrategias publicitarias orientadas a captar la atención de esta población. Si se observan, por ejemplo, las publicidades actuales de telefonía móvil en Argentina, es evidente como la mayoría van dirigidas a un público joven en tanto la imagen que construyen las diferentes marcas. El hecho de que no haya tantos estudios sobre los intereses y demandas de esta población, ni publicidad dirigida a este colectivo, enfatiza la

necesidad de conocer los usos y expectativas de una población del ciclo productivo más avanzado, el de los Inmigrantes Digitales.

2.5 TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES

Nuestra investigación se basará, en parte, en la Teoría de Usos y Gratificaciones que sostiene que los individuos consumen los medios masivos para satisfacer ciertas necesidades.

En el texto de Katz, Blumler y Gurevitch (1973), se presentan cinco máximas expuestas por Lundberg and Hulten (1968) sobre el modelo de Usos y Gratificaciones:

El rol de la audiencia es considerado activo: hay una selección sobre qué medios y contenidos consumir. Es decir, utiliza los medios como instrumento hacia un fin.

El usuario es quien, consciente y voluntariamente, elige determinado medio para satisfacer cierta necesidad y obtener así una gratificación.

Según McQuail y Gurevitch (1974: citado por Álvarez A., 2014) existen distintas perspectivas para aplicar la Teoría de Usos y Gratificaciones: la Perspectiva Funcional, la Perspectiva Estructural/ Cultural y la Perspectiva Acción/Motivación. En este trabajo se va a tomar la Perspectiva Funcional que establece que las motivaciones que impulsan a un individuo a consumir cierto medio están determinadas por factores sociales y psicológicos: (1) personalidad, (2) rol social, (3) variantes contextuales (Katz y Blumler, 1974). Es decir, el usuario selecciona un medio y lo utiliza como instrumento para un fin; el medio tiene una función específica.

De esta Perspectiva se desprende la categorización de motivaciones establecida por McQuail, Blumler y Brown (citado por Ruggiero, 2000) de la que vamos a poder establecer para categorizar los usos y gratificaciones de los Inmigrantes Digitales de las aplicaciones de los teléfonos inteligentes para nuestra investigación.

Diversión/entretenimiento: los usuarios utilizan los medios como una alternativa a la rutina, ocio, y en forma de una liberación emocional (Por ejemplo: Redes sociales).

Relaciones personales/Utilidad Social: los usuarios utilizan los medios como redes para conectarse con otros que pueden estar físicamente lejos, en otro país (Por ejemplo: Mensajería instantánea: whatsapp // Redes sociales: Facebook, Instagram).

Identidad personal: los usuarios utilizan los medios para reforzar su autoestima y construir la imagen con la que se presentan en sus ámbitos, para mostrar a su vez los propios valores compartidos con otros usuarios (Por ejemplo: Mensajería instantánea: whatsapp, Redes sociales: Facebook, Instagram).

Búsqueda de información: los usuarios también utilizan los medios para Informarse sobre asuntos políticos, públicos, de la comunidad. En el caso de Internet, los usuarios pueden acceder también a otros medios como el diario, la televisión y radio online (Por ejemplo: Google, Diarios online como LN, Clarín, aplicaciones para escuchar la radio).

2.6 TEORÍA FUNDAMENTADA

Una teoría pertinente para esta investigación cualitativa es la Teoría Fundamentada (*Grounded Theory*) desarrollada por la Escuela de Chicago. Particularmente, fue anunciada en el año 1967 por Strauss y Glaser, y “consiste en una metodología que trata de desarrollar una teoría

basándose en la recolección y análisis sistemático de datos empíricos, no partiendo de ninguna teoría o hipótesis inicial” (Hernandez Carrera: 191). En esta investigación particular, se utilizaron como herramientas las entrevistas y los grupos focales para luego codificar la información y poder crear así categorías y sub-categorías para el análisis.

Según Flick, la Investigación Cualitativa asume tres supuestos teóricos: el Interaccionismo Simbólico, la Etnometodología y el Estructuralismo (Hernandez Carrera: 188-189). Los dos primeros supuestos, centran su atención en las acciones sociales y los procesos de interacción. A partir de ellos se considera que surgen los significados que los individuos le otorgan a los objetos. El Estructuralismo está más ligado al campo de la psicología ya que “se basa en los procesos inconscientes, tanto desde el punto de vista psicológico como social” (Hernandez Carrera: 189).

Para esta investigación, son pertinentes la Etnometodología y el Interaccionismo Simbólico ya que, como mencionamos, tratan de comprender cómo son construidas las relaciones en términos de lo que las personas entienden, piensan y usan los símbolos, que son los que nos comunican. El marco teórico de la etnometodología nos ofrecerá herramientas claves para comprender el objeto de investigación analizado dado el vínculo con las prácticas cotidianas y observar cómo se van dando los procesos, cómo es la incorporación de estas nuevas tecnologías y qué relaciones simbólicas se establecen con el objeto teléfono. No solamente a partir del uso y las gratificaciones y las necesidades concretas, sino también basándonos en la forma en la cual el teléfono se vuelve un “chupete electrónico” más allá del objeto en sí mismo como dispositivo teléfono.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 OBJETIVOS

Conocer los usos y gratificaciones, y barreras, en un grupo de hombres y mujeres entre 42 y 65 años, profesionales y activos laboralmente, consideradas dentro de la categoría denominada inmigrantes digitales de nivel educativo superior al momento de utilizar determinadas aplicaciones que ofrecen los Smartphone para entretenimiento, comunicación y acceso a información (o para ocio y trabajo), especialmente al momento de hacer trámites por internet para atender necesidades de la vida cotidiana.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

En un grupo de mujeres y hombres entre 42 y 65 años, económicamente activos con nivel educativo superior universitario:

Conocer los **usos** que le dan a los teléfonos inteligentes en cuanto a entretenimiento, búsqueda de información, acceso a otros medios, construcción personal y construcción de relaciones personales

Describir las necesidades satisfechas (**gratificaciones**) relacionadas con la utilización de ciertas aplicaciones que ofrecen los teléfonos inteligentes.

Analizar las **motivaciones** para incorporar las herramientas del Smartphone en el desarrollo de sus actividades cotidianas.

Conocer las **barreras/obstáculos** que presentan esos dispositivo y cuáles son las **resistencias** que se auto imponen los usuarios inmigrantes digitales.

3.2 DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico del presente estudio es de carácter cualitativo exploratorio basado en la Teoría Fundamenta, ya que no partimos de hipótesis previas. Para llevar a cabo la investigación, se utilizaron como técnicas cualitativas entrevistas semi estructuradas, así como también grupos focales.

Por un lado, en una primera instancia, se aplicaron **entrevistas en profundidad con una guía semi-estructurada** a cuatro personas de entre 42 y 65 años profesionales y activos laboralmente, consideradas dentro de la categoría denominada inmigrantes digitales de nivel educativo superior. Esta técnica fue utilizada como primera aproximación al campo de estudio, conciderando la experiencia de inmigrantes digitales en el uso de las tecnologías de los teléfonos inteligentes. La intención fue obtener un panorama general sobre las problemáticas relevantes relacionadas con el uso de los teléfonos inteligentes para los sujetos de estudio.

Asimismo, las entrevistas nos dieron un puntapié inicial de qué dimensiones generales se iban a abordar en el grupo focal. Es decir, dichas entrevistas sirvieron de piloto para mejorar el instrumento, al conocer desde sus experiencias de usuarios las prácticas de consumo, las expectativas y los intereses en torno a las TICS, particularmente de los teléfonos inteligentes.

En una segunda instancia, se recurrió a la técnica de **Grupo Focal** ya que esta una investigación de origen exploratorio y cualitativo, lo que implica una capacidad de comprensión que permite estudiar actitudes, comportamientos sociales y opiniones de una forma cualitativa. El grupo focal se aplicó a una población de inmigrantes digitales segmentada en tres grupos de

edades establecidos. Si bien, el concepto de Inmigrantes Digitales, para algunos estudios como el de Prensky (2010), abarcan individuos de 38 años y más, a fines de este estudio se seleccionarán hombres y mujeres entre los 42 y 65 años. A pesar de que ese rango de edades entra dentro de la categoría de inmigrantes digitales, una persona de 40 años no tiene la misma relación con las TICS que una persona de 60 años, por ejemplo. El criterio utilizado para realizar este recorte se basó en la población económicamente activa en Argentina (desde los 14 años hasta los 65 años, que es la edad jubilatoria). Teniendo en cuenta esto, el recorte corresponde a la segunda mitad de la edad de la PEA.

Sampieri (2004) sostiene que cuando se quiere estudiar las perspectivas de subjetividad de los sujetos la mejor forma la ofrecen los métodos cualitativos. Estos métodos se basan fundamentalmente en las observaciones y descripciones. Para la presente investigación, observar los comportamientos de los participantes fue interesante, por eso durante los grupos focales fueron filmados. Asimismo, “las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría” (Sampieri: 10, 2004). Esta es la razón por la cual decidimos basarnos en la Teoría Fundamentada, ya que no partimos de una hipótesis previa, y además porque las categorías de resultados y el marco metodológico se fueron construyendo en parte a partir del análisis de los hallazgos.

Según Morgan y Spanish, la técnica de grupo focal como instrumento para recolectar datos consiste básicamente en una discusión de un grupo de entre 4 a 10 integrantes que comparten sus pensamientos, opiniones y experiencias sobre un tema propuesto por el investigador. Esta discusión suele grabarse y/o filmarse. La información obtenida de los grupos

focales puede ser utilizada como una fuente de datos en sí mismo, o como un complemento a otros métodos de investigación cuali o cuantitativos (Morgan, 1984, p. 253)

Como todas las técnicas de investigación, los grupos focales tienen sus ventajas y sus limitantes. Comencemos con las ventajas. Una de las características positivas que tiene los grupos focales es su flexibilidad en cuanto a las decisiones que puede tomar el moderador para conducir la discusión según el objetivo que persigue (Morgan, 1984, p. 255). Además, esta técnica permite generalizar una suma de experiencias individuales (Morgan, 1984, p. 259)

Asimismo, Morgan y Spanish consideran importante observar qué deciden compartir los participantes con el resto del grupo, porque en parte también es lo que va a ir guiando la discusión. Destacan además la importancia de preguntar (o seguir preguntando, indagando) porque puede llevar a respuestas más amplias y enriquecedoras. Por último, fomentan el uso de comparaciones para guiar la discusión de las experiencias a casos más explícitos (Morgan, 1984, pp. 260-261).

Con respecto a las limitantes de la técnica, hay que tener en cuenta el escenario “antinatural” creado por el investigador en donde se llevan a cabo las discusiones. Por lo tanto, la muestra no es representativa ya que no es aleatoria ni probabilística. Pero esa muestra no es nuestra muestra, sino que nuestra intención es observar y analizar el uso y necesidades que satisface el uso del teléfono celular para una población particular (Morgan, 1984, p. 261).

4. DESARROLLO: EJES DE LOS RESULTADOS

En un estudio realizado por estudiantes de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral y la Universidad de Comahue, (Vilte et. al, 2013) se analiza el uso, las motivaciones y barreras que perciben los adultos de la tercera edad con respecto a la red social Facebook. El estudio demuestra que el organismo de las Naciones Unidas predice que para el año 2050 la población de adultos mayores (personas de 60 años en adelante) superará ampliamente a la de jóvenes menores de 15 años (p. 1).

Internet, y sobre todo el teléfono inteligente, son hoy por hoy, un objeto clave para interactuar, comunicarnos y conectarnos a las mayores fuentes de información que existen. “Te diría que le doy un lugar importante. Por no decir preponderante porque no creo que lo pongo por delante de otras cosas. Es una herramienta importantísima para mi vida” (Marcela, 54, entrevistada). Lo interesante de estudiar la población adulta es que a medida que se entra en la etapa de la vejez, muchas funciones físicas y cognitivas comienzan a disminuir: la vista, la audición, la memoria, por lo tanto Internet, las aplicaciones y los teléfonos inteligentes pueden ser herramientas clave para facilitar la vida de esta población que es una parte activa de la sociedad.

Entonces nos preguntamos, con respecto a los Inmigrantes Digitales, ¿De qué forma incorporan el lenguaje digital que los nativos tienen integrado desde la infancia? En síntesis, ¿cuáles son hábitos de consumo de las aplicaciones y servicios que ofrecen los teléfonos inteligentes de los Inmigrantes Digitales?

Los hallazgos descriptos a continuación están divididos en dos grandes ejes: por un lado los Usos y Gratificaciones, y por otro lado, los Obstáculos presentes en el grupo etario seleccionado. A su vez, a partir de los resultados de esta investigación, basados en los principios en la Teoría de Datos Fundamentada, el eje de Usos y Gratificaciones fueron divididas en dos categorías para demostrar que, además del uso propio del teléfono inteligente, surge un uso que trasciende al dispositivo teléfono como medio de comunicación. En primer lugar, vamos a analizar las categorías de Usos y Gratificaciones que definimos como materiales, es decir, propios del dispositivo y su conexión a internet (uso laboral, búsqueda de información, relaciones interpersonales e identidad personal, y diversión y entretenimiento). Posteriormente, se abordará los Usos y Gratificaciones que denominaremos simbólicas, en tanto que van más allá de las necesidades tecnológicas que satisface el dispositivo en sí mismo. Se analiza particularmente el hallazgo sobre la aparición entre los usuarios entrevistados de un cierto vínculo dependiente del teléfono, como un objeto fetiche, como, lo que producto de los datos y revisiones bibliográficas, he denominado el teléfono celular con internet como *chupete electrónico*.

El eje de los Obstáculos está, a su vez, dividido en dos: Brecha generacional y Barrera de acceso. En la primera categoría se analiza la relación entre la tradición y el cambio de paradigma que trajo consigo la incorporación de las TICS a la vida cotidiana. Asimismo, se hace una primera aproximación a una comparación entre las costumbres de los nativos digitales en contraposición a las de los inmigrantes digitales, siguiendo el concepto de Brecha Generacional de Prensky. La categoría Barrera de acceso está subdividida en resistencias por impedimentos físicos, miedo o desconfianza; y en un análisis relacionado a la falta de alfabetización.

4.1 USOS Y GRATIFICACIONES MATERIALES

4.1.1 Laboral

“Yo lo tengo personal [al Google Drive] y laboralmente. Yo desde mi teléfono, no sé mi jefe me quiere pedir algo y no estoy, no tengo mi computadora ahí, yo puedo acceder desde mi teléfono a la computadora de la oficina y buscar la información que me solicita” (Mariela, 42, Grupo Focal 2)

“En concreto, la idea de que íbamos a trabajar todos desde casa está desmentida empíricamente. Internet lo que permite es algo distinto: permite trabajar desde cualquier sitio, no es el teletrabajo lo que se está desarrollando [...] no trabajan por Internet; trabajan por teléfono [...] Lo que Internet permite es trabajar desde casa, y el desarrollo de Internet móvil, el desarrollo de la telefonía móvil en estos momentos, permite trabajar en el transporte, mientras se está de viaje, en el lugar de trabajo, etc.” (Castells, 2000:6)

Al analizar el uso laboral que le dan los participantes al teléfono inteligente, surgieron dos cuestiones. Por un lado, la extensión del espacio de trabajo, ya no solo desde nuestros hogares habilitada por las computadoras portátiles, sino también desde cualquier lugar y a toda hora. Como señala Richard: “...desde el punto de vista laboral, antes, cuando yo trabajaba, tenía que estar pendiente de un teléfono. No te podías mover de tu lugar de trabajo. Entonces vos te vas de vacaciones o te vas a tu casa, y yo no necesito volver a mirar un documento que lo tengo en mi oficina” (entrevistado). Esta reflexión nos hace considerar que la facilidad de transportar el

teléfono hace que los límites entre la esfera laboral y la esfera de la vida privada se vuelva confusa. Gracias al teléfono inteligente, son menos los que cumplen horarios laborales fijos, ya que como menciona Castells y uno de los entrevistados la portabilidad y movilidad del teléfono permiten trabajar mientras se está viajando, en el transporte, desde el hogar, entre otros. En un estudio realizado en Deloitte publicado por el diario La Nación⁶ (2017), se observó que los argentinos integran su teléfono celular a múltiples actividades que realizan diariamente: después del transporte público, el trabajo es el lugar donde más intensamente se utiliza el celular, siendo del 45% y 42% respectivamente.

Podemos mencionar que desde la aparición del teléfono Blackberry ⁷, dispositivo que marcó la transición entre la computadora y los teléfonos inteligentes de hoy en día, ya se pensaba en teléfonos que ofrecían funciones más allá del envío y recepción de mensajes y llamadas, abriendo así posibilidades de *virtualizar* el espacio de trabajo. El Blackberry imita el escritorio de las computadoras, principalmente gracias a su teclado QWERTY⁸ (el mismo que se utiliza en las computadoras), y por su capacidad para enviar y recibir correo electrónico a través de Internet. Los teclados de los teléfonos inteligentes actuales como el iPhone de Apple, si bien son táctiles, mantienen el formato QWERTY pero a diferencia del BlackBerry

Evolución del teclado: Nokia - blackberry - teclado computadora - teclado touch.

⁶ <https://www.lanacion.com.ar/2101717-el-11-de-los-argentinos-mira-su-celular-mas-de-200-veces-al-dia-incluso-en-la-madrugada>

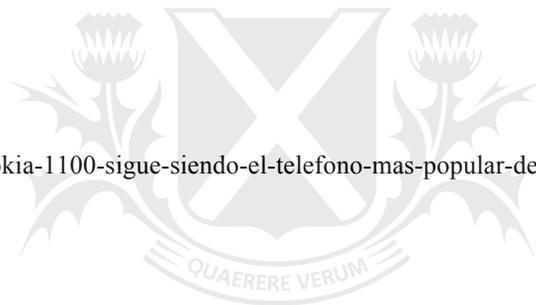
⁷ “BlackBerry es una marca de teléfonos inteligentes desarrollada por la compañía canadiense homónima, que integra el servicio de correo electrónico móvil desde 1999”. <https://es.wikipedia.org/wiki/BlackBerry> [Última consulta: 23/01/2018]

⁸ “El teclado QWERTY es la distribución de teclado más común. Fue diseñado y patentado por Christopher Sholes en 1868 y vendido a Remington en 1873. Su nombre proviene de las primeras seis letras de su fila superior de teclas”. Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Teclado_QWERTY [última consulta: 26/01/2018]



Teléfono Nokia 1100.

<https://www.teknofilo.com/el-nokia-1100-sigue-siendo-el-telefono-mas-popular-de-la-historia-con-mas-de-250-millones-de-unidades-vendidas/>



Universidad de
San Andrés



www.GSMarena.com

Teléfono Blackberry.

https://www.gsmarena.com/blackberry_curve_8310-pictures-2050.php



Teclado QWERTY.

<https://www.thinglink.com/scene/764824225914552321>



Teléfono Iphone de Apple.

<https://www.soloapp.es/ios-8-touchpal-teclado-terceros-iphone/>

Se podría afirmar que hoy en día el teléfono inteligente es un dispositivo de consumo masivo que constantemente está incorporando nuevas funcionalidades, tecnologías, aplicaciones convirtiéndolo en una plataforma tecnológica que agrega un valor diferencial, entre otras, a las

empresas, no sólo a las personas. Antonio Rumeu, director general de la plataforma Malcom⁹, considera que la inmediatez de comunicación sin tiempo ni espacio y la portabilidad que permite el teléfono inteligente en el ámbito laboral, hace que se supere las ventas de computadoras y *tablets*. Según los estudios de Morgan Stanley, nos encontramos en la era post-PC. Hoy en día, empresas de toda dimensión invierten recursos para apostar a la telefonía móvil para poder posicionarse mejor en el mercado, así como también, poder brindar un mejor servicio al tener mayor cercanía con sus clientes¹⁰.

Por otro lado, se observó la expansión continua de las redes de relaciones laborales gracias a la portabilidad del teléfono inteligente y las redes sociales digitales. Las relaciones laborales están atravesadas por las redes sociales digitales. Teresa, una de las participantes del estudio, por ejemplo tiene su propia consultoría de comunicación independiente, y para ella las redes sociales y “todo el teléfono” son una “fuente inagotable de referencias”. Esto a su vez, hace que las relaciones laborales sean más informales, y hasta se podría decir, más horizontales con respecto a las organizaciones jerárquicas tradicionales. Por ejemplo, el WhatsApp permite tener una comunicación sin tiempo ni espacio con un jefe. Una de las participantes del segundo grupo focal destaca que hoy en día “todos te mandan más WhatsApp que mails, entonces te mandan por cosas laborales” (Mariela, 42, grupo focal). En la tesis de Bodino (2016) se halló que el 49,6% de los encuestados tenía perfil en LinkedIn (comunidad social virtual orientada a

⁹ Malcom fue lanzada en el año por la empresa española Mobivery, líder en desarrollo de aplicaciones, orientada para los dueños de las aplicaciones para que puedan gestionar en tiempo real el ciclo de vida de sus aplicaciones móviles. Se basa en la segmentación para poder crear diferentes tipos de usuarios y poder mejorar la comunicación y la publicidad para diferentes targets. <http://www.puomarketing.com/21/11106/telefono-movil-convertido-producto-consumo-masivo.html> [última consulta:

¹⁰ <http://www.puomarketing.com/21/11106/telefono-movil-convertido-producto-consumo-masivo.html> [última consulta:

las empresas, a los negocios y el empleo) ocupando el 5to lugar de las redes más utilizadas por los millenials (en primer lugar surgió Facebook, Instagram, Snapchat y Twitter). Aquí surge una similitud entre los nativos y los inmigrantes digitales en cuanto que hay una profesionalización de las redes como herramientas de trabajo. Continuando con el caso de Teresa, ella comenta que “el LinkedIn es como...haces un contacto comercial, conoces a alguien y enseguida lo buscas por LinkedIn. Pero en el ámbito profesional. Busco a quién conocí, al que ya conocí. O a alguien que me habló de alguien”. Es como un boca a boca virtual.

La inmediatez de comunicación sin tiempo ni espacio que permite internet en el teléfono celular no sólo repercute en el ámbito laboral sino también en otros aspectos de la vida como las relaciones interpersonal, los tiempos de ocio y entretenimiento, y la búsqueda de información en general, o en particular como puede ser el diario. Gracias a los teléfonos inteligentes y su portabilidad, se puede estar informado las 24 horas del día, en cualquier lugar del mundo con acceso a internet, y desde diferentes medios de comunicación. A continuación, analizamos internet como una fuente inagotable de información.

4.1.2 Búsqueda de información

“El diario en papel prácticamente no lo leo, lo leo por internet. El teléfono es una fuente interminable de información, muchos lugares para sacar información, No solo de internet, sino de aplicaciones, de todo lo que te genera las conversaciones en sí” (Marcela, 54, entrevistada)

En una conferencia, Castells cuenta que un estudiante suyo publicó un artículo en la revista Science donde se hace una primera estimación cuantitativa de cuánta información hay en

el mundo. A partir del estudio se observó que 97% de la información mundial está digitalizada.¹¹ Por lo tanto, Castells apunta que se necesita de consumidores que no sean pasivos, sino que sean creadores activos de la información y la comunicación: “Entonces y ahora los usuarios modifican constantemente la tecnología y las aplicaciones de Internet” (Castells, 2000:3). Indica que un cambio tecnológico sin un cambio social es un caos; mientras que un cambio tecnológico con un cambio social revoluciona y transforma la sociedad.¹²

Para los Inmigrantes Digitales internet ha abierto un mundo extenso de posibilidades, entre ellas, la facilidad de satisfacer la necesidad de mantenerse informados constantemente, así como también, la libertad de elección de fuentes. Como expresa uno de los entrevistados, a través de internet se tiene acceso a una vasta cantidad de información en menor tiempo. Ellos, nacidos entre enciclopedias a las que tenían acceso por medio de bibliotecas, o los más afortunados, en sus casas, hoy se muestran fascinados por la fuente inagotable, la facilidad y la velocidad que internet les permite. Un entrevistado se muestra consciente de este avance tecnológico en relación a la búsqueda de información:

“Mucha gente puso mucho énfasis en los libros, que también son muy atractivos los libros, sobre todo para los de nuestra edad...lo que he descubierto, siempre los mayores, la gente de 55 para arriba, es como que le echan en cara a los chicos de tu edad que no leen, que son una fiaca, o que pierden...y en el fondo, algo de verdad tienen...pero el conocimiento a ustedes les llega a través de las redes de una manera impresionante; que nosotros los supuestos “cultos”, que

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=fUodIfrX6UE>

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=fUodIfrX6UE>

somos los que leemos los libros no nos damos cuenta, no tomamos conciencia de lo que es esta máquina y quizás ustedes tampoco.” (Richard, 61)

Según Castells (2000), internet nace como una forma de comunicación social: las personas construyeron una plataforma para comunicarse, conectarse con otras personas. El teléfono inteligente facilita el uso de las plataformas. Hoy en día, estar informado parece ser un sinónimo de estar conectado. Santiago (42, participante del primer grupo focal) exclama, “Es algo que uno prácticamente tiene que tratar de estar siempre informado [...] entonces, lo que esté más al alcance de la mano, que tengas que proponerte, siempre es más fácil acceder digamos”. Como afirma Wolton: “en nombre de la libertad y de la igualdad de los individuos, toda la información ha de ser accesible a cada ciudadano, como una vía para el conocimiento de la realidad y actuar. Es inseparable de una idea de igualdad y de universalidad.” (Wolton:9). Aquí parece que el acceso a estar informado es sinónimo de libertad e igualdad. Gracias a los teléfonos inteligentes, Flori, quien se proclama una “obsesiva de la información” puede “meterse” en tres diarios distintos (La Nación, Página 12 e Infobae) · cada una hora, hora y media”, analizar la información y “sacar sus propias conclusiones”. El teléfono inteligente se presenta como un puente para la autonomía del usuario tanto en la búsqueda como en la construcción de información, y así poder satisfacer la necesidad de estar siempre informado y actualizado.

Un punto interesante de destacar es que los mismos entrevistados se describen como autodidactas. Entonces aparece la idea de que no solo utilizan el teléfono inteligente como una herramienta de búsqueda de información sobre la vida cotidiana, sino también como una herramienta de aprendizaje. A propósito Castells nos señala que “la capacidad de aprender a

aprender, esa capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende, esa capacidad es socialmente desigual y está ligada al origen social, al origen familiar, al nivel cultural, al nivel de educación. Es ahí donde está, empíricamente hablando, la divisoria digital en estos momentos” (Castells, 2000:7).

En esta cita queremos resaltar dos cuestiones que nos parecen claves: Por un lado, aparece la brecha generacional que está marcada por la era digital en la que vivimos y que repercute en todos los ámbitos de la vida. Por otro lado, aparece la capacidad de “aprender a aprender”, que es descrita por algunos de los participantes como una capacidad autodidacta por investigar y por “no tenerle miedo al aparato...porque si tenés miedo no aprendes, entonces investigo” (Flori, 62, Grupo Focal 2). Es decir, por romper las resistencias y superar los obstáculos para adecuarse a las posibilidades que ofrece la tecnología actualmente.

El segundo aspecto que se desprende, es que si bien el uso de internet en sí mismo para aprender y su uso como una herramienta de investigación se expande entre los inmigrantes digitales, todavía destaca el tema del miedo como una barrera de acceso, tema que se desarrollará más adelante en la sección de resistencias y obstáculos.

En tal sentido, de la relación entre la alfabetización digital necesaria, tema en el que profundizaremos más adelante, y la búsqueda de información y el aprendizaje surge la brecha generacional con respecto a los nativos digitales. Por ejemplo, en la cita anterior aparece la falta de paciencia de los jóvenes hacia los adultos por tener el uso de internet tan incorporado. Además, en la siguiente cita de uno de los participantes, también podemos observar la brecha desde otro punto de vista:

“Un día a la mañana estábamos tomando el desayuno, iba a llevar a los chicos al colegio y lo veo al más grande así, 15 años...*(imita mirando el teléfono)* y le digo “podés dejar el teléfono por favor, son las 6.30 de la mañana”, y me dice “estoy estudiando”...”¿cómo?”...”estoy repasando el examen que voy a dar, estoy estudiando, tengo acá todo, tengo las fotos, estoy estudiando”. Dije “listo, cambiá” porque ya está, ya está con el celular...” (Máximo, 43, Grupo Focal)

Vuelve a aparecer la idea de la portabilidad del teléfono como un instrumento de comunicación sin tiempo ni espacio. Asimismo, la reflexión del participante en la última oración, hace dar cuenta de una toma de conciencia en relación a la adaptación de la persona paralela al avance de la tecnología. Y este cambio, como observamos por ejemplo en la categoría del ámbito laboral, trajo consigo transformaciones en las distintas esferas de la vida cotidiana. Otra de ellas, son las relaciones interpersonales y la construcción de la identidad personal que se vieron modificadas con la llegada de las redes sociales digitales e internet.

4.1.3 Relaciones interpersonales e identidad personal

“Para mi es un medio [el teléfono inteligente], no tengo un vínculo ni una relación. La relación con otro ser humano es una relación de vínculo y es otra cosa. Para mi no son comparables. ¿Si paso más tiempo con mi celular que con un ser querido...ningún tipo de duda, sí paso más tiempo. Pero una cosa no reemplaza la otra.”

(Máximo, 43, participante del primer grupo focal)

El teléfono inteligente, propio de las sociedades de la información posmoderna hiperconectada (Ayala, 2015) es un soporte tecnológico multifuncional para la comunicación interpersonal y para la conectividad a la mayor parte de las fuentes de información existente; pero además, por la propia versatilidad del aparato, aparece como un instrumento que interviene en la configuración de la identidad de cada persona. Porque, por un lado, es un dispositivo cuyas múltiples funciones permiten administrar la presentación de la persona en las diferentes redes sociales, configurando perfiles de acuerdo a cada una de dichas plataformas, y en consonancia con la imagen que se quiere proyectar. Por otro lado, el teléfono guarda un registro de gran parte del proceso de comunicación al cual una persona puede volver reiteradas veces: memoria digital (por ejemplo, se puede volver a escuchar una nota de voz enviada o re leer un mensaje enviado hace mucho tiempo), almacena datos personales, e incluso privados (cuentas bancarias, fotografías tomadas, escritos, lista de contactos, aplicaciones de preferencia, entre otras). En síntesis, el teléfono inteligente, es un dispositivo de comunicación, que almacena recuerdos y digitaliza el *ethos*¹³, y a la vez, sospechado de dificultar los procesos de interacción.

“El mini-mensaje se ha instalado como práctica de comunicación de un modo absoluto y redefine la interacción interpersonal ligada al móvil en el sentido de una expresión de emociones a la vez más excesiva pero menos ostentosa” (Riviére, 2002: 125). El estudio mencionado es una comparación de usos y motivaciones entre un grupo de jóvenes (18 a 30 años) y uno de adultos (31 a 40 años) a través de entrevistas en un año (de julio del año 2000, a julio del año 2001). Una observación relevante es que “la práctica del mini-mensaje se instala como fenómeno duradero

¹³ Ethos es una palabra griega, retomada por Aristóteles, que significa "costumbre y conducta " y, a partir de ahí, "conducta, carácter, personalidad". Además, se refiere a la costumbre, hábito; manera de ser, de pensar o sentir; conducta, carácter, temperamento; moral y moralidad. Wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/Ethos> [última consulta: 6/01/2018]

al desarrollarse hacia perfiles de usuarios cada vez más variados pero que siguen lógicas de uso idénticas”.

Los entrevistados de esta Tesis destacan un cambio en la sociabilización, no es que desapareció, sino que evolucionó, se transformó. Por ejemplo, Máximo (43, Grupo Focal) reflexiona sobre la forma de relacionarse hoy en día, que además de ser “hablando”, es también “escribiendo”: “sí, por más que lo leas, por más que leas y no hables también te relacionas...”. Esto se condice con lo que expone Riviére cuando destaca que la particularidad del mini-mensaje “está en su forma híbrida de escritura hablada” (2002: 126)

Paralelamente, algunos demuestran una cierta resistencia, como Sabrina: “las relaciones se construyen en el compartir, y el compartir tiene, por lo menos para mí, muchas instancias, no solamente la digitalización o la tecnología...es un mate, es un velorio, es un nacimiento, es un...eso es construir. Es confianza, son charlas, son madrugadas, son mañanas” (Sabrina, 42, grupo focal).

Cuando se realizaron las preguntas pertinentes a la temática de relaciones interpersonales, se observó cierta nostalgia por el tipo de relación y comunicación con presencia física. Por ejemplo, Carlos demostró una preocupación hacia el futuro reflexionando acerca de la soledad que provocan las nuevas formas de comunicarse por la pérdida de los vínculos físicos. “Algunos creen que por más que puedes estar las 24 horas del día comunicado, estás solo porque no hay un *tet a tet*”.

A su vez, las Nuevas Tecnologías permiten el intercambio de imágenes que hacen a la construcción de la identidad, así como también, la posibilidad de construir perfiles a través de distintas redes sociales digitales. Asimismo, se logra el acceso a muchas más personas, más

interacciones, expansión de relaciones. "Para estar comunicado con mi mujer, mi familia, mis amigos...con el mundo; un mundo virtual que se te dispara de una manera impresionante". (Richard, 61, entrevistado).

Goffman (1971) define la interacción social mediante símbolos que se intercambian en el proceso de comunicación de las personas. Símbolos mediados por lo que se quiere transmitir más allá del mensaje y de la situación comunicacional; es decir, dejar ver la identidad a quien se supone es el receptor. "Cuando un individuo aparece ante otros, proyecta, consciente e inconscientemente, una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial" (Goffman, 1971: 132). Asimismo, están intervenidos también por el medio en el que sucede esta comunicación.

En su texto "La presentación de la persona en la vida cotidiana", el autor hace una analogía entre la forma en la cual un individuo actúa y se presenta en la vida real, con la vida ficticia en un escenario, donde:

"el actor se presenta, bajo la máscara de un personaje, ante los personajes proyectados por otros actores; el público constituye el tercer partícipe de la interacción, un partícipe fundamental, que sin embargo no estaría allí si la representación escénica fuese real. En la vida real, estos tres participantes se condensan en dos; el papel que desempeña un individuo se ajusta a los papeles representados por los otros individuos presentes, y sin embargo estos también constituyen el público". (Goffman, 1971: 2)

Observando las respuestas de los entrevistados y relacionando lo que apunta Goffman, se puede considerar un aspecto de la comunicación que ofrece el teléfono inteligente como un

medio, pero también como “máscara” más que nos permite moldear nuestra identidad. Una participante del segundo grupo focal lo expone del siguiente modo:

“Acá no le ves la cara. De hecho hay mucha gente que dice cosas mucho más agresivas porque no le puso la cara a la persona que se lo está diciendo. Porque si yo estoy delante tuyo no te voy a decir las cosas que por ahí uno no se da cuenta y es un poco como duro por whatsapp, o con la misma urgencia que uno tiene de hacer las cosas por ahí viste, lo haces rápido y no decir “buen día”, “cómo le va”, “pasame el coso...” y entonces se presta más a un mal trato” (Flori, 62, segundo grupo focal)

Gerardo (61), uno de los entrevistados, cree que el teléfono inteligente lleva a la “despersonalización porque el teléfono muchas veces elimina o reemplaza el vínculo con las personas...veo tres jóvenes en un bar con el teléfono en vez de hablando, reemplazó el diálogo”. Pero hay otros, como Marcela (55), que destaca las virtudes del dispositivo como una herramienta que facilita la comunicación, economiza el tiempo y hasta lo compara con un “compañero de vida”.

Sumando a lo que expone Goffman sobre las Interacciones Simbólicas y su adaptación a los diferentes contextos que pueden presentarse, queremos analizar el nuevo medio que surge con la llegada de las TICS. Estas proponen un nuevo medio de comunicación que tiene la particular característica de la ubicuidad¹⁴, es decir, la capacidad de estar presente en todas partes al mismo tiempo, como lo describe uno de los participantes del segundo grupo focal: “estás sin estar” (Carlos, 57). Se podría decir entonces, que las TICS mejoraron la inmediatez de la

¹⁴ Castells et al. (2007:49 en Matassi, 14): describen esta característica como una de las principales de las sociedades actuales desarrolladas dentro de un paradigma de comunicación móvil.

comunicación sin tiempo ni espacio. Como cuenta una de las participantes del segundo grupo focal:

“Yo tengo mi hija que se fue seis meses a Barcelona, la más chica. Y no la extraño tanto porque todas las mañanas nos escribimos, o nos mandamos fotos, o me muestra lo que está haciendo; además me muestra lo que está haciendo en la facultad. Entonces yo sigo el día a día de lo que está haciendo”. (Flori, 62)

Anteriormente, solo la instantaneidad era hablada, ahora también es escrita. Uno de los participantes, Máximo (43, grupo focal), cree que “los vínculos, ha mejorado la comunicación, ha mejorado el vínculo, ha mejorado la cercanía...osea si yo recuerdo, mi padre no habló en la **remil puta** vida conmigo en nada...”. Desde la aparición del teléfono surge un “hablar sin verse”. Luego, gracias al surgimiento del teléfono celular, el intercambio de mensajes instantáneos facilita aún más la comunicación entre “invisibles”. Siguiendo la analogía de Goffman, estos comportamientos se asemejan a un “detrás de escena”, es decir, lo que no se quiere mostrar. En el escenario (la interacción personal) está el cuerpo presente, hay una exposición. En el detrás de escena (mensaje, intercambio de fotos, redes sociales, etc), se reserva la intimidad de quien habla.

Una de las entrevistadas describe la red social Facebook de la siguiente manera: “Es una vidriera donde están las fotos de todos, estática, y vos podes decir “ah, mirá qué lindo”, pero te da, no sé si es falsa ilusión, pero te da una primera aproximación, pero después para mí el vínculo sigue siendo el vínculo presencial”. La palabra de Goffman sigue vigente porque seguimos construyendo identidades adecuadas a cada contexto interaccional.

4.1.4 Diversión/entretenimiento/ocio

[¿Para qué usan el teléfono?]

“Todo, informarte, comunicarte, relacionarte...todo” (Máximo, 43, participante Grupo Focal 1)

Eliseo Verón define un medio como el conjunto de un soporte tecnológico y una práctica social. Desde su surgimiento en la década del siglo XX, la televisión se posicionó como uno de los principales medios masivos de comunicación. Traversa, analizando la incorporación de las pantallas en la sociedades, comprende estos dispositivos como un instrumento que constituye gran parte de los hábitos e intercambios sociales contemporáneos “como soporte de la producción social de sentido y, en consecuencia, como agente de construcción de la realidad”(2007: 29). A diferencia de estos medios masivos de comunicación, que son públicos o semipúblicos, el teléfono inteligente se considera un soporte tecnológico, que entre otras, facilita la comunicación interpersonal. La relación pantalla-televisión- teléfono inteligente, nos propone la siguiente pregunta: ¿se podría suponer que el teléfono inteligente es acaso el nuevo medio de comunicación clave para el entretenimiento?

“Estos sistemas [refiriéndose a la *Red*] gestionan información, cultura, comunicación, es decir, la primera materia de todas las utopías, y por tanto de todas las voluntades de cambio y emancipación.” (Walton,2000:8). Siguiendo el modelo económico de la ley de oferta y demanda, Walton expone que los medios antiguos, como la televisión, la radio y la prensa se basan en la oferta. Mientras que los medios nuevos parten de la demanda. Se podría decir que, con respecto a estos últimos, el usuario tiene un rol más activo pudiendo tener más dominio y autonomía en la

decisión de qué consumir, en un tiempo real e inmediato, lo que a su vez genera una ilusión de libertad. (Wolton, 1997). Por ejemplo, una de las entrevistadas comenta que es fanática de los deportes y viaja mucho. Entonces tiene la aplicación de *ESPN play*¹⁵ y *Flow*¹⁶ para cuando no está en su casa. Además, se considera una “obsesiva de la información”, por lo que constantemente quiere saber qué está pasando: “me meto en La Nación, Página 12, e Infobae...me gusta tener las tres campanas y después sacar conclusiones”.

Anteriormente, se podía estudiar el tiempo de ocio dedicado a ver televisión. Cuando a los entrevistados se les preguntó cuántas horas le dedican al celular, no hubo respuesta precisas ya que no distinguieron el tiempo de uso laboral, el uso para otros fines, y el uso de ocio. Sin embargo, demostraron el uso prolongado durante todo el día. Como declara una participante, “yo creo que cuando no tenés nada que hacer, agarrás el teléfono...osea, yo creo que tiene que ver con esa parte del ocio...porque estás 2 segundos sin hacer nada y ¿qué hacés? Agarrás el teléfono. No me quedo quietita esperando” (Mariela, 42, grupo focal).

“Para hacer algo que no me gusta hacer pero que hago igual que es mirar Instagram, la vida de todas las *celebrities* (risas); para ver videos en YouTube; a veces para ver Netflix cuando lavo los platos (le pregunto qué ve) miro series que ya vi y me encanta, *Down Town Abby*, la vi 80 veces que no me canso”. Aquí Teresa, exclama que utiliza el teléfono inteligente hasta para realizar una actividad doméstica. Esto nos hace pensar en las imágenes antiguas que mostraban

¹⁵ ESPN play es una red de banda ancha online para ver programación en vivo. <http://espni.go.com/player/welcome/carib/index.htm> [última consulta: 11/01/2018]

¹⁶ Cablevisión Flow es una plataforma de entretenimiento que “te permite ver todos los canales en vivo y contenidos On Demand, desde cualquier dispositivo, a través de una plataforma moderna y con nuevas funcionalidades”. <https://cablevisionflow.com.ar/> [última consulta: 11/01/2018]

la escena clásica de una televisión encendida, en los hogares mientras se realizaban otras actividades, como planchar, limpiar, cocinar.

Esta reflexión del uso del teléfono inteligente de los Inmigrantes Digitales para los tiempos de ocio y otras actividades, de su uso durante todo el día, desde la Perspectiva Funcional de las Teorías de Usos y gratificaciones, propone una cuestión relacionada al hecho de que los teléfonos inteligentes ya no son solo un dispositivo para el uso laboral, de entretenimiento o de interacción social, sino que también pareciera cumplir un rol similar a un juguete del cual no es fácil desprenderse, incluso para estas generaciones adultas podría ser similar a un chupete.



Universidad de
San Andrés

4.2 USO Y GRATIFICACIÓN SIMBÓLICA

De dispositivo a fetiche: Chupete Electrónico

*“Mariela: bueno, pero eso hoy pasa...tal vez antes uno podía pensar más...pero ahora, -no tengo nada que hacer, ¿qué hago?--...el momento que tenés sin hacer nada, agarras el celular
Flori: **es un chupete electrónico**” (Diálogo entre Mariela, 42, y Flori, 62, 2do grupo focal)*

En la rama social de la psicología (Smith and Mackie, 2000 en Rettie 2003) se observa la búsqueda de conectividad como uno de los motores del comportamiento social, es decir, “esta necesidad fundamental de pertenencia y conexión es la que promueve las relaciones sociales”. (Rettie: 2) Si analizamos la comunicación, particularmente las tecnologías de la comunicación, debemos mencionar el concepto de “conectividad”, y su relación con el concepto de “presencia social” y “*awareness*” (conciencia).

En su texto “*Connectedness, awareness and social presence*”, Rettie (2013) explica que la comunicación genera una sensación de conectividad, una “experiencia emocional”, o de estar en contacto con los demás, posibilidades que tienen un impacto en la forma que los usuarios se apropian de los usos de la comunicación. Incluso cuando no hay intercambio directo de información, los individuos quieren mantener la conexión con los demás. Frente a la pregunta de qué sucedería si se “cayera” Internet, uno de los participantes contestó: “ uy, es como que te saquen el agua potable, el plato, los cubiertos, la ropa...” (Santiago, 42, participante del segundo grupo focal).

El concepto de “presencia social” definido por Short, et al., (1976) hace referencia al “grado de presencia de otra persona en una comunicación mediada y la relevancia consecuente de sus interacciones interpersonales”¹⁷[(p. 65) en Rettie 2013]. En segundo lugar, Dourish y Bly (1992) definen “*awareness*” como “una comprensión de las actividades de otros, que a su vez, proporciona un contexto para la propia actividad”¹⁸ (Rettie: 2). Esto puede vincularse con la gratificación de la necesidad de construcción de identidad personal al comunicarse. La tecnología de los teléfonos inteligentes en articulación con las diferentes plataformas digitales, llamadas redes sociales, ofrecen un medio para que la imagen que la persona quiere proyectar expanda su presencia social en las comunicaciones de otros.

Es importante destacar que Rettie (2003), al hacer un estado de la cuestión sobre el tema, hace mención del concepto de conectividad que está presente en la mayor parte de la literatura sobre la telefonía celular. Por ejemplo, cita a Townsend quien sugiere que un móvil es “un chupete para adultos: te hace sentir conectado, que no estás solo en el mundo”(2001, p.70). De manera similar, Ling y Yttri describen los mensajes de texto como “un tipo de interacción social en la que el emisor y el receptor comparten una experiencia común, a través de una experiencia asincrónica. Enviar un mensaje refresca el contacto entre los dos” (2002, p.158); Gournay, va más allá: “Estamos siendo testigos de una 'fetichización' de la comunicación en la medida en que el teléfono móvil, a través de su personalización, no se utiliza para la interacción, sino para una relación 'fusional' con alguien con quien el usuario está cerca” (2002, p 201). Es como un “compañero de vida” (Marcela, 54, entrevistada).

¹⁷ La traducción es propia.

¹⁸ La traducción es propia.

“...Pato (su marido) es igual, no sé si es por su profesión (es cirujano) que siempre tiene que estar viendo como está el paciente, que sé yo, que un día, [Ana, 24 años, una de sus hijas] la única que queda en casa, estábamos comiendo los tres, Pato con el celular, yo también, y Ana dice “les voy a decir una cosa, “no pensé que lo iba a decir en mi vida. Pero, padres, dejen el teléfono” (Flori, 62, 2do grupo focal)

“El celular es como el espejito de color, para mi es un ser hipnótico. Yo lo definiría así. “Tiene mucho poder y hay que empezar a quitarle poder” (Teresa, 42, entrevistada)

De hecho, según el estudio de Deloitte (2017) mencionado anteriormente, que analiza 2.000 casos de argentinos, lo primero que hace el 28% del grupo al levantarse es mirar el celular. También sostiene que el 91% del usuario argentino de celular posee un teléfono inteligente, superando a México (89%), Brasil (87%) y EE.UU (82%). El estudio demostró que una de las primeras y últimas actividades del día de las personas es consultar el celular: al despertar y en el transcurso de una hora, el 95% de los encuestados ya habrá consultado sus teléfonos. Una hora antes de dormir, el 90% habrá mirado su teléfono por última vez.

Los teléfonos inteligentes todavía mantienen el liderazgo con respecto a otros dispositivos en (45%), seguido por computadoras portátiles (27%), relojes inteligentes o fitness band (26%), tabletas (22%), eReaders (11%) y dispositivos de realidad virtual (8%). Argentina "es el país donde los usuarios móviles parecen estar más conectados o pendientes de sus dispositivos" (Deloitte, 2017).¹⁹

¹⁹ <https://www.lanacion.com.ar/2101717-el-11-de-los-argentinos-mira-su-celular-mas-de-200-veces-al-dia-incluso-en-la-madrugada>

Resulta relevante destacar que, al observar el comportamiento de los participantes, particularmente en el segundo grupo focal, uno de ellos si bien negaba ser dependiente del teléfono inteligente, tuvo el dispositivo en su mano en todo momento.

“Por ahí estás con la persona que quieres estar, pero se aparece una lucecita (*mira su celular que lo tiene apoyado sobre la mesa*) y mirás...entonces quizás te aparece un recordatorio de que existe algo más, diferente o distinto de lo que estás viviendo en ese momento y eso es suficiente como para distraerte...”

El uso del teléfono inteligente entendido de este modo, no es un uso y gratificación en términos puros de la necesidad de comunicación. Por ejemplo,:

“Lo negativo es que dependes mucho, crea una adicción. Una adicción peligrosa porque no necesitas estar, en vez de leyendo el diario...tenes el teléfono ahí y, te enganchas con eso...estás leyendo un libro y te pasa lo mismo...todo el tiempo...con Angie [su mujer] nos sentamos uno al lado del otro y estamos los dos con el teléfono. Es una adicción. Yo creo que es una adicción”, reflexiona Richard (61, entrevistado).

A su vez, hay una apropiación del dispositivo como si fuese una “extensión corporal”, que los participantes no son del todo conscientes de su vinculación casi dependiente. Se puede observar en la contradicción de un entrevistado en respuesta a cómo actuaría si se olvida el celular: “Vuelvo a buscarlo, porque me gusta estar comunicado. Me siento desprotegido sin el teléfono, estoy perdiendo algo de mí, es casi parte del cuerpo [...] No, no me siento que dependo del teléfono”. (Gerardo, 61). A la vez que describe al dispositivo casi como una extensión corporal, niega ser dependiente del mismo.

Como expusimos en el Marco Teórico, la Perspectiva Funcional establece que las motivaciones que impulsan a un individuo a consumir cierto medio están determinadas por factores sociales y psicológicos: (1) personalidad, (2) rol social, (3) variantes contextuales (Katz y Blumler, 1974). Es decir, el usuario selecciona un medio y lo utiliza como instrumento para un fin. Los aspectos del rol social y las variantes contextuales que determinan ciertas motivaciones pueden observarse en la siguiente cita:

“Trato de dejarlo en la cartera pero siempre...ayer hablábamos con una amiga que fuimos al cumpleaños de un amigo...estábamos en un bar...y nos matábamos de risa con mi amiga porque estás charlando, y de repente uno solo saca el celular, y todos los demás, es como que te da permiso para...es como “ah bueno”. Entonces de repente se hace un silencio y todos tiqui tiqui tiqui...y después lo guardas de nuevo. Mi amiga decía “habilita”. Ella me cargaba y me decía “te habilité” (Teresa, 42, entrevistada)

Esta cita a su vez puede identificarse con los conceptos de “presencia social” y “*awareness*” referidos al comienzo de este apartado. Se observa una necesidad de dependencia en cuanto al teléfono inteligente como un chupete, así como también, una dependencia de sentirse conectado con el mundo exterior, aparece como un factor que interrumpe la conexión interpersonal.

“También los espacios de silencio...no sé, imagínate en un consultorio médico...estás esperando ahí...ese es un espacio de silencio que por ahí en vez de ponerte a pensar qué podrías mejorar en tu vida, tipo introspectivamente, miro facebook ponele”. (Sabrina, 42, grupo focal)

4.3 OBSTÁCULOS Y RESISTENCIAS

En la conclusión del texto de Vilte et al. (2013), los autores se cuestionan si las dificultades encontradas a partir del estudio, tienen que ver con “el diseño de interfaz poco accesible o consecuencia del deterioro cognitivo provocado por la edad avanzada” (P.8). Gracias a la Teoría Fundamentada, la observación de nuestro análisis nos llevó a una pregunta similar que intentaremos responder en las siguientes secciones. Las dificultades de acceso a las aplicaciones de los teléfonos inteligentes, ¿en qué medida son obstáculos y en qué medida son resistencias? Es decir, qué tanto influye la falta de alfabetización digital, y qué tanto influye las resistencias internas o impedimentos físicos.

4.3.1 BRECHA GENERACIONAL: TRADICIÓN VS. CAMBIO DE PARADIGMA

“Lo positivo es que se te abre un mundo increíble”. (Richard, 61, entrevistado)

Anteriormente se hizo mención a la libertad que permite el teléfono inteligente en relación a la búsqueda de información. Teresa lo expresa de la siguiente manera:

“Yo veo que mis sobrinos saben muchísimas cosas que yo no tengo ni idea y no me interesa y ahí puedo ser más autodidacta...pero me aburre un poco. Yo creo que tengo herramientas pero tengo mucha conciencia de que tienen que existir millones de cosas que yo no conozco. Como que no tengo un lugar que me diga “che, existe todo esto” y yo poder elegir”. Como indica Castells, estamos en una sociedad de libre comunicación gracias a Internet

(Castells,2000).²⁰ Lo que evidencia la necesidad de ofrecerle a los Inmigrantes Digitales herramientas para el uso de las TICs, especialmente los teléfonos inteligentes, para garantizarles la posibilidad de libertad a la que aspiran en cuanto al manejo de información.

Las resistencias se relacionan con la Brecha generacional entre los inmigrantes y los nativos digitales. Los inmigrantes digitales no tienen el lenguaje digital innato pero al vivir en el mundo digital, necesitan aprenderlo. Y por esta razón surge una brecha entre inmigrantes y nativos, delimitada en cierto aspecto “por la inmediatez de información, el *multitasking*, y la *hiper-conexión*, a la que los nativos digitales están inmersos (Prensky, 2010)”.

Asimismo, de la cita de Prensky, es interesante destacar el concepto de que los Inmigrantes Digitales “sienten la necesidad de incorporarlo”. Como dijimos anteriormente, si bien los entrevistados presentaron resistencias frente al uso del teléfono inteligente, se observó una intención de querer aprender a usarlo. Cuando se le preguntó a Teresa sobre la indispensabilidad del teléfono celular respondió:” es imposible no tener uno. Es el medio por el cual la gente se comunica y es el medio por excelencia entonces no puedo no tenerlo. Pueden ser más o menos cosas, pero lo tengo que tener. Si no estás aislado, estás *out* de un montón de cosas”. Aquí se observa claramente la brecha que marca el estar o no inmerso en el mundo digital para no quedarse fuera del avance tecnológico y consecuentemente, del avance social. Flori: “A mi me costó, y me lo regalaron por un cumpleaños...salimos a comer, los 4 hijos, Pato, yo, mi yerno, todo y sacaron el samsung anterior...yo lo miré con odio, pero les dije “me cambiaron la vida, no pienso hacer esto”...y ahora mirá...”

²⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=fUodIfrX6UE>

El concepto de “multitasking” que presenta Prensky puede relacionarse con el texto de Claudia Wallis publicado en la revista Times titulado “*The Multitasking Generation*”. Describe una situación familiar donde si bien todos los miembros de una familia están presentes en el mismo tiempo y espacio, cada uno está utilizando un dispositivo diferente sumergido en su propio mundo (Wallis, 2006). La autora expone que si bien la capacidad humana de realizar y atender diferentes actividades a la vez siempre estuvo presente, actualmente se incrementó notablemente el nivel de velocidad de las personas de multi procesar la información. El multitasking relacionado con el avance tecnológico es un aspecto importante que marca la brecha generacional. Algunos de los entrevistados reflexionan de forma negativa sobre el multitasking, como Teresa que afirma: “Yo no creo en el multitasking. Está bien visto -ay sí, puedes hacer muchas cosas al mismo tiempo- pero no es así, sí sabes hacer un montón de cosas pero cada cosa con su tiempo, con su dedicación”. (Teresa, 42, entrevistada). Por otro lado, algunos se muestran admirados por esta capacidad de realizar múltiples acciones a la vez. Tal es el caso de Máximo, uno de los entrevistados, que relata una situación con sus hijos adolescentes:

“ a mi me impresiona que tienen capacidad para escuchar, contestar, escribir, navegar, todo. Eso es lo que me impresiona. Entonces vos, por ahí, yo estoy charlando con los chicos y los ves que están así, y yo les empiezo a hablar y de repente les digo cualquier cosa para ver. ”¿Qué estás diciendo papá?” me dicen. Y están escribiendo al mismo tiempo. Es espectacular”. (Máximo, 43, grupo focal).

El avance tecnológico permite realizar diferentes actividades al mismo tiempo. Por ejemplo, a través de un teléfono inteligente se puede realizar una transferencia bancaria al mismo tiempo que se escucha música. Este hábito de dividir la atención en pequeñas partes tiene

implicancias en cómo las personas aprenden, socializan y comprenden la realidad (Wallis: 2). Se podría decir que los nativos digitales perciben la información de forma “compartimentada” gracias a su gran capacidad de *multitasking*. Puede ejemplificarse con el uso de las aplicaciones móviles nacidas en el año 2008 con la llegada de iPhone 3G de Apple. Una aplicación móvil está diseñada para ser utilizada en teléfonos inteligentes, y otros dispositivos móviles. Su utilidad recae en que permite al usuario realizar una tarea particular, ya sea profesional, de entretenimiento, de acceso a servicios, entre otras²¹. Hoy en día para muchas y diferentes necesidades existe una aplicación específica (como por ejemplo, *Waze*, como GPS, *Home banking* de cada banco para realizar trámites online, *Restorando*, para reservar restaurantes, *Pedidos ya*, para pedir delivery de comida, o *duolingo* para aprender idiomas), habiendo en el mercado más de 800.000 aplicaciones móviles con un crecimiento anual del 60%.²² .Los inmigrantes digitales se relacionan más cotidianamente con los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, teléfono fijo, diario) donde la información se transmite de forma más universal. Como expone Wolton, “los diarios, las radios y las televisiones se revelan más democráticos. Son instrumentos de comunicación que se mueven en el plano universal y no en el particular. Con estos medios, la información se dirige a todo el mundo” (Wolton, 2000:9).

Por ejemplo, Gerardo (61, entrevistado) comenta que prefiere no bajarse aplicaciones sino acceder desde internet a diferentes páginas: youtube, mail, clima, etc. Santiago (42, participante de segundo grupo focal) comenta:

²¹ Wikipedia, https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil [Última consulta: 09/01/2018]

²² <http://www.puomarketing.com/21/11106/telefono-movil-convertido-producto-consumo-masivo.html> [última consulta: 12/01/2018]

“yo en eso soy más inmigrante que nunca. En todo lo que sea comunicación y diario perfecto...ahora en esto, pff..no sé, tenés que hacer la aplicación del banco, y agarro la computadora...o a lo sumo miro el saldo del banco, pero en eso soy más inmigrante que nunca”.

4.3.2 BARRERA DE ACCESO/ ENTRADA AL USO DEL TELÉFONO INTELIGENTE

4.3.2 a. Por falta de Alfabetización digital (ya que se ve una intención de querer aprender a usarlo más)

“Para mi es muy importante no quedarse atrás porque, en todo te digo...Quiero por lo menos luchar, luchar y llegar a lo más que pueda dentro de mi edad para autoabastecerme...” (Flori, Grupo Focal 2)

En la introducción del texto de Dominique Wolton “Internet ¿y después qué?” (2000), el autor afirma que “La comunicación es el núcleo de la modernidad, es inseparable de este movimiento pausado de emancipación del individuo...implica la existencia de seres libres que disponen de libertad de información y de comunicación como base de toda relación social y política” (Wolton: 2). Es interesante observar la relación que establece entre la comunicación y la “emancipación del individuo”. En la modernidad, estar comunicado, conectado, permite a los individuos independizarse. Para nuestro colectivo estudiado, esto es esencial ya que a medida que se ingresa en la etapa de la vejez, la dependencia de otras personas aumenta; ya sea para realizar trámites públicos, chequeos médicos, o compras de todo tipo. En el presente estudio se

observó que en general los entrevistados demostraron un gran interés por adaptarse al mundo digital para no “*quedarse fuera y autoabastecerse*”.

Los datos demuestran que si bien hay un reconocimiento de avanzar en la alfabetización digital por parte de los Inmigrantes Digitales, también existe una intención de querer aprender, descubrir, y utilizar las aplicaciones que el teléfono inteligente ofrece. Por lo tanto, se puede cuestionar la idea de que las resistencias sean solo resistencias o si podrían estar relacionadas con la falta de conocimiento de la existencia de ciertos usos, accesos o inclusive de la utilidad de las aplicaciones de los teléfonos inteligentes. Wolton lo expresa de la siguiente manera: “El problema no se encuentra en el acceso a la información, sino en la capacidad de saber que pedir” (Wolton, 2000:15). Esto se puede observar en la siguiente reflexión:

“yo creo que está 100% en la dificultad, para mí, en mí caso...si tengo que sacar el turno para ir al kinesiólogo tres veces por semana por el celular...no puedo hacerlo prefiero ir un día, y arreglo ahí...y si me dice la chica “no, bueno tenés que registrarte por el celular”. No, le digo: Pará, haceme un favor, decime cómo...Es la barrera de entrada. Ósea no tengo dudas que en 6 meses quizás te digo, “no genial, es lo mejor que me pasó aprender esto”, y tendría otras. Pero, necesito mi andamio que me incursione en la tecnología...es un horror lo que estoy diciendo....” (Santiago, 42, participante de segundo grupo focal)

Este punto de vista es interesante de analizar para descubrir al sector de inmigrantes digitales como usuarios de esta tecnología para recibir información de diversos tipos: facilitarles ciertos usos, trámites, para acercarlos entretenimiento o concientización respecto a diferentes temas, o incluso, como un nicho de mercado para las compañías de telecomunicaciones. Marcela

creo que las nuevas tecnologías están ligadas al futuro, a la modernidad, y afirma que si bien no haría un curso para aprender a usar más el teléfono celular, le interesaría buscar a alguien que sepa y le transmita los conocimientos. O Richard, quien dice que “no hay nadie que tenga paciencia de enseñarme, la única manera es que aprenda yo, y me cuesta eh...yo creo que el aprendizaje es cada vez más autodidacta”. Como vimos anteriormente, Castells reflexiona acerca de la capacidad de “aprender a aprender”. Los inmigrantes digitales, como su nombre lo indica, llegaron más tarde al uso de Internet. Por lo tanto, al ser los usuarios los que “definen el tipo de aplicaciones y desarrollo de la tecnología, los que lleguen más tarde tendrán menos que decir en el contenido, en la estructura y en la dinámica de Internet” (Castells, 2000: 5)

Como mencionamos en el estado de la cuestión, al Tesis de grado de Ángeles Bodino se focalizó en los nativos digitales como colectivo poblacional ya que “son quienes se adaptan con mayor agilidad a los cambios tecnológicos y tienen mayor aceptación a la innovación” (Bodino: 16). Nos gustaría retomar los conceptos de “agilidad” y “aceptación de la innovación”. Si bien como vimos, es cierto que hay mayor resistencia de adaptación en los inmigrantes digitales, es una dificultad más relacionada al hecho de la gran variedad de oferta de aplicaciones. Como describe Teresa, “...tanto las aplicaciones como los contenidos en la era en la que vivimos...hay una falta de orden, de orden y de poder procesar...creo que la tecnología está muy asociada a la juventud ¿no? Nosotros lo usamos y todo pero no somos dueños de eso”. Además de que en esta última oración, Teresa confirma lo que Prensky expone sobre la necesidad de incorporar un lenguaje digital nuevo que no lo poseen innato, la reflexión de la entrevistada hace dar cuenta de que los inmigrantes digitales y los nativos digitales satisfacen sus necesidades de manera similar, aunque, aprovechando la versatilidad del dispositivo, lo hacen de formas distintas. Los

inmigrantes digitales demostraron una intención de adaptación al cambio y al avance tecnológico. Como por ejemplo Marcela, quién ante la pregunta acerca de las resistencias personales hacia la tecnología de los teléfonos inteligentes, respondió “No tuve, al contrario. Siempre tuve teléfono, siempre me fui adaptando, cambiando. Primero el de teclas, después con el digital”.

4.3.2 b. *Dificultad de acceso por impedimento físico, miedo o desconfianza.*

“Leo siempre en papel, me encanta el diario en papel. Ahí soy vieja. Porque es como el ritual viste? Para mi hay un tema de cansancio de la vista porque el papel no te cansa y la pantalla sí” (Teresa, 42, entrevistada)

Como venimos exponiendo, en el mundo occidental, la comunicación como concepto es considerado un valor de emancipación del individuo. Si adoptamos a la comunicación de este modo, se la puede relacionar intrínsecamente con la lucha histórica por la libertad individual y la igualdad. La comunicación es el medio a través del cual los individuos se relacionan con los otros seres y con el mundo que los rodea. Como tal, la comunicación no puede separarse de las experiencias humanas (Wolton, 2000). Una de las entrevistadas admite que observa que sus sobrinos adolescentes saben utilizar varias aplicaciones del teléfono inteligente que ella desconoce. Al preguntarle cómo aprende a resolver una duda, responde que a veces puede ser autodidacta. Cree que tiene herramientas, pero “tengo mucha conciencia de que tienen que existir millones de cosas que yo no conozco. Como que no tengo un lugar que me diga -che, existe todo esto- y yo poder elegir” (Teresa, 42, entrevistada). Esta reflexión puede relacionarse

con lo mencionado por Wolton en el sentido que el conocimiento trae libertad de elección, y por lo tanto, emancipación.

En nuestro análisis de datos, además de la dificultad fisiológica por el tamaño de las letras o la pantalla del teléfono inteligente que desmotivan a los usuarios, surgió otra dificultad o resistencia de acceso: la desconfianza o miedo del uso de las claves por controles de seguridad propio del dispositivo. Por ejemplo, en un diálogo entre Mónica (57, grupo focal) y Sabrina (42, grupo focal) sobre los trámites online, Monica contesta que si por ejemplo tiene que sacar un turno médico, prefiere hacerlo personalmente, “como era antiguamente”. Sabrina agrega: “sí...a veces salta la duda “¿se habrá mandado bien?”, de confirmación...acá me dice “el registro fue exitoso” pero, ¿habrá quedado?, ¿se le habrá grabado?”. Asimismo, surge la contracara del miedo. Cuando se le preguntó a Richard (61, entrevistado) sobre cómo superó los desafíos que se le presentaron al usar el teléfono inteligente, contestó: “Animándote a hacer las cosas, con actitud de cambiar, de superar el miedo. Miedo vas a tener siempre en la vida, obstáculos vas a tener siempre. El miedo es muerte”. Parece ser que los inmigrantes digitales no son los únicos que presentan resistencias por desconfianza. En el análisis de los resultados, Bodino expone un hallazgo sobre las limitaciones propias de la plataforma Snapchat, dirigida fundamentalmente a jóvenes, como por ejemplo, la funcionalidad y la falta de confianza: el 16,49% de los casos no confiaba realmente en que la imagen se había eliminado (Bodino: 52).

Teresa demuestra una frustración cuando afirma que “yo encuentro dificultades y me pone mal no saber cómo resolverlas...”. Siguiendo el concepto de Wolton de comunicación como emancipación de los individuos, esta cita nuevamente refleja que el impedimento de

superar las dificultades para estar comunicado nos quita independencia o capacidad de autogestión.

Para resumir lo mencionado, analicemos la siguiente cita de Gerardo donde pueden analizarse tres cuestiones respecto a la dificultad de acceso de los teléfonos inteligentes:

“No es fácil usar la tecnología. Los accesos con claves, y los pasos en los cuales se me complica por la limitación en la vista no me motivan. Creo que podría usarlo más, pero lo uso menos al teléfono porque se me complica el acceso a sitios”.

Por un lado, aparece el aspecto “poco amigable” del uso de la tecnología. Por otro lado, dificultad por un impedimento físico, como lo es la vista y, por último, surge la cuestión de la alfabetización consecuente de una intención de querer aprender a usarlo más.

Observemos la siguiente conversación del segundo Grupo Focal:

Flori: si...(dudosa) no porque, si querés ver el diario no tienes que hacerlo en facebook...ponés tu email y una clave que sacás vos...en LN por ejemplo, yo tengo una clave de LN...porque no te la pide siempre. Pero de repente te metes en muchas cosas y ahí te dice...

Daniel: creo que entrás por la tarjeta de LN...me pidió ese número, algo así...

Flori: no, yo entro con una clave específicamente para leer el diario

Carlos: pero vos tenés la suscripción

Flori: tengo la black

Daniel: bueno, eso me pidieron, el número de la black porque sino no podía ingresar a las noticias

Flori: a no, a mi no me pidió el número de la black eh

Daniel: por ahí después de x cantidad de noticias que te vas metiendo, suponete 10...

Flori: no cuando te tira algo de eso ponés “me olvidé la contraseña” y entonces te mandan un mail con una contraseña o...te mandan ellos un mail y ahí la blanqueas. Yo cuando me la olvido la vuelvo a pedir, es un segundo...con tantas claves que hay viste?

Carlos: no, es un lio...yo tengo todas las claves acá (agarra el celular)

Flori: ves esa es otra cosa que a mi me da miedo...

Mariela: lo llegás a perder...

Carlos: y ¿cómo hacés sino? Porque en definitiva, vos decís “pongo una clave”.

Ahora, un banco te dice “cambialo”, el otro no. Entonces, al cabo de un año, dos años terminás teniendo un montón de claves para todo (Flori: “no, no es una locura”) y que, te las olvidás...yo siempre las registro acá (agarra el teléfono)

Flori: claro, lo que pasa es que a mi me da miedo

Mariela: si lo tenés medio como...encubierto...porque perdés el teléfono, te lo afanan o algo...y, estás en el horno eso a mi me da miedo...

Flori: no, yo al telefono no pongo la clave de nada

Daniel: somos más primitivos nosotros...

Esta conversación por un lado, muestra la dificultad de autogestión para poder acceder a información desde el teléfono inteligente. Por el otro, deja ver la desconfianza, el miedo y nuevamente la dificultad en torno a las claves de seguridad, como cuando Carlos exclama “Entonces, al cabo de un año, dos años terminás teniendo un montón de claves para todo (Flori: -no, no es una locura-)” (Carlos, 57; Flori, 62).



Universidad de
San Andrés

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

"-Yo les digo siempre que se animen y que usen las máquinas como las usan los chicos. La persona mayor se acerca con las manos atrás. Los chicos, con las manos adelante. Eso tiene que cambiar.

La mejor forma de aprender es probando".

Esta cita es relevante en cuanto a la pertinencia de seguir ahondando en este tema y pensar en las posibilidades que se abren con la alfabetización digital para la comunicación en estos tiempo de internet. <https://www.lanacion.com.ar/2103608-tiene-80-anos-y-dicta-cursos-para-aprender-a-usar-tecnologia>

En el presente trabajo nos propusimos responder a la pregunta acerca cuáles son los principales usos y gratificaciones, obstáculos y resistencias de un grupo de mujeres y hombres entre 42 y 65 años, económicamente activos con nivel educativo superior universitario; con el fin de conocer sus compartamientos y motivaciones en relación a los usos, y detectar cuales son las resistencias y obstáculos frente al teléfono inteligente.

Con respecto a los usos y las gratificaciones del teléfono inteligente en esta población, siguiendo la articulación entre la teoría y los resultados, el análisis fue dividido en distintas categorías: laboral, búsqueda de información, identidad personal y construcción de relaciones personales, y entretenimiento. Asimismo, surgió como el resultado del mismo trabajo de campo la categoría de uso y gratificación simbólica a la que llamamos utilización del dispositivo como “chupete electrónico” más allá de su uso como TIC. A continuación, se sintetizan los principales hallazgos en cada categoría.

En cuanto a lo laboral, se observó que gracias a la portabilidad del teléfono inteligente y al “teletrabajo” (capacidad de poder trabajar desde cualquier sitio), se expandió el ámbito laboral ya que cada vez menos se cumplen horarios laborales fijos. Esto trae consigo cierta satisfacción, a la vez que genera una sensación de invasión y adicción: se puede responder un Whatsapp desde la casa post horario laboral. Asimismo, las relaciones laborales hoy en día están atravesadas por las redes sociales y la mensajería instantánea. Esta profesionalización de las redes sociales como herramienta de trabajo es algo que comparten tanto nativos como inmigrantes digitales.

En segundo lugar, con lo que respecta a la búsqueda de información surgió un paradigma donde estar informado parecería ser sinónimo de estar conectado. Como observamos en los resultados, si el 97% de la información global está digitalizada, es necesario que los inmigrantes digitales adquieran herramientas para conocer y aprender a manejar las tecnologías para adaptarse al mundo digital y no quedar excluidos. En palabras de Castells deben “aprender a aprender”.

En relación a la construcción de la identidad personal y de las relaciones personales, observamos que el teléfono inteligente y las nuevas TICs dieron lugar a un hecho que defino como una *digitalización del ethos*. Dado que nos permite una expansión de la ubicuidad, es decir, la capacidad de estar en varios lugares a la vez. Simultáneamente opera como una “máscara digital” para moldear nuestra identidad y la imagen que presentamos socialmente. Una conclusión interesante, por sorprender las creencias previas sobre el tema en esta población, es que algunos de los participantes consideran que el cambio de la sociabilización con la llegada de la telefonía móvil es una evolución ya que les permite hablar o estar conectados con personas que viven lejos. Se suponía con respecto a esta categoría que surgirían más resistencias internas

relacionadas a cierta nostalgia de que “todo tiempo pasado fue mejor”. Sin embargo, estos no nativos digitales demandan la necesidad de disminuir la brecha de la alfabetización digital en adultos. Paralelamente, surgió de las propias voces entrevistadas la idea de que los inmigrantes muchas veces creen que los nativos no los escuchan, pero los inmigrantes ¿escuchan lo que tienen para enseñar los nativos?

Con respecto a la categoría del uso del teléfono inteligente como medio de entretenimiento, se podría interpretar que el teléfono celular inteligente, al concentrar tantas funciones diferentes en un mismo dispositivo de fácil portabilidad, absorbió a los demás medios masivos de comunicación. Los entrevistados destacaron, en su mayoría, la “comodidad” como uno de los principales características: “yo acá tengo mi agenda, los mails, la comunicación, WhatsApp, y listo. Andas con el teléfono y es como que tenés todo”. El teléfono celular es actualmente el medio de comunicación por excelencia. Este dispositivo absorbió gran parte del tiempo de ocio que las personas le dedicaban a la televisión. La televisión capturaba más horas de ocio y espacios de publicidad (Sartori, 1997). Es interesante observar que los Inmigrantes Digitales, colectivo del presente estudio, son una población que vivió el surgimiento de la televisión y pueden reflexionar sobre cómo esta fue ocupando un espacio fundamental en los hogares y dirigiendo las matrices de opiniones sociales.

El análisis de nuestra información sobre usos y gratificaciones, a partir de las entrevistas y particularmente de la observación minuciosa de los comportamientos frecuentes entre los entrevistados con sus teléfonos inteligentes durante los grupos focales, nos llevó a pensar que existe una satisfacción de una necesidades más allá de la funcionalidad original del dispositivo, que por eso denominamos uso y gratificación simbólica. Los hallazgos nos permiten reflexionar

sobre el hecho de que hay un uso del dispositivo diferente a los usos materiales externos mencionados anteriormente. Incluso en los Inmigrantes Digitales, surge una utilización para satisfacer una necesidad, entre los entrevistados, que traspasa los usos y gratificaciones descritos por la teoría, y aparece como un “fetiche”, un objeto personalizado, una herramienta de protección y anti ansiolítico como un “chupete electrónico”, que “ES parte de nuestras vidas” (Máximo, 43, grupo focal).

Para responder al interrogante sobre las **barreras/obstáculos** que presentan estos dispositivo y las **resistencias** que se auto imponen los usuarios inmigrantes digitales con base en los datos recolectados, se puede afirmar que si bien en general los entrevistados presentan ciertas resistencias y obstáculos ante el uso de las diferentes aplicaciones del teléfono inteligente, se puede cuestionar la idea de que realmente solo sea por resistencia o por falta de conocimiento del uso, acceso o inclusive de su utilidad. Particularmente si se considera la importancia otorgada por los entrevistados a la libertad para el desarrollo de la vida cotidiana que implica el uso del teléfono inteligente, condición a la que aspira la población adulta. Como señala la bibliografía revisada en el capítulo correspondiente existe una relación ineludible entre la comunicación y la “emancipación del individuo”. En la modernidad, estar comunicado, conectado, permite a los individuos independizarse. Como se evidenció en las respuestas cuando la mayoría de las personas manifestó una clara intención de adaptación a los avances que proponen las TICs dado el reconocimiento del valor del medio. Durante los diálogos sobre la disposición de aprender y adaptarse al uso de las nuevas TICs el 67% de las personas entrevistadas manifestó su interés.

Paralelamente, aparece una brecha en relación a la alfabetización digital, que se puede relacionar con la distancia entre la tradición y el cambio de paradigma. Es decir, con el proceso

de adaptación que tuvieron que asumir los Inmigrantes Digitales, que, si bien presentan resistencias al cambio, son conscientes que necesitan adaptarse. En nuestro análisis de datos, se puede notar que adicional a la dificultad fisiológica por el tamaño de las letras o la pantalla del teléfono inteligente, que podría implicar una resistencia de los usuarios, apareció otra dificultad de acceso: la desconfianza o miedo del uso de las claves de seguridad propio del dispositivo. Esto da paso a la sensación de un posible miedo frente a la posibilidad de perder el control de la seguridad de su información.

Con base en los resultados obtenidos en esta investigación se proponen algunas recomendaciones dada la necesidad, como vimos, de seguir abordando el estudio del uso de las TICS en los diferentes grupos sociales.

Es importante señalar que si bien esta tesis se centró en un tipo particular de inmigrantes digitales, ya que nos referimos a personas entre las edades de 42 a 65 años, que son activos económicamente y con formación terciaria o universitarias, algunos de los hallazgos encontrados trascienden dicha categoría y también nos evidencia similitudes con los nativos digitales en cuanto al uso que se le da al celular.

Para futuras investigaciones sería interesante analizar a personas separadas o divorciadas ya que los usos y gratificaciones probablemente sean diferentes. Asimismo, investigar los usos y gratificaciones, obstáculos y resistencias de los inmigrantes digitales estableciendo un paralelismo en cada categoría entre nativos e inmigrantes.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almansa, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española/Social Networks and Young People. Comparative Study of Facebook between Colombia and Spain. *Comunicar*, 20(40), 127-135.

Álvarez Arámbula, E. G. (2014). Usos y Gratificaciones en el Consumo de las Aplicaciones de Internet en Personas Mayores. Un estudio desde la perspectiva de género. Bellatera: Universidad Autónoma de Barcelona.

Ayala Pérez, Teresa Cecilia. (2015). Redes sociales e hiperconectividad en futuros profesores de la generación digital. *Ciencia, docencia y tecnología*, (51), 244-270. Recuperado en 06 de febrero de 2018, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162015000200010&lng=es&tlng=es.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.

Barrios Rubio, A. (2009). Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Signo y pensamiento*, 28(54), 265-275.

Garza Mejía, E. (2013). Uso y Consumo de Internet en jóvenes estudiantes. Análisis del estado de Tamaulipas.

Bodino, Á. (2016). ¿Cuáles son los usos y gratificaciones de las redes sociales en los Millennials? Buenos Aires: Universidad de San Andrés.

Busquet, J., & Uribe, I. P.-C. (2011). VI Congreso Internacional de Comunicación realizada en la Universidad Ramón Llull. La fractura digital entre generaciones: conectados y desconectados en la nueva sociedad de la información. Barcelona: Facultad de Comunicación Blanquerna- Universidad Ramón Llull.

Castells M. (2008): "Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interrelaciones". *Telos*, N° 77, recuperado el 10 de septiembre de 20

Castells, M. (1994). Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional. In *Nuevas perspectivas críticas en educación* (pp. 13-54). Paidós Ibérica.

Castells, M. (2000, October). Internet y la sociedad red. In *Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. Universitat Oberta de Catalunya (Vol. 7, pp. 1-13).

Castells, M. (2008). Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (77), 50-52.

Dehara Rosario, N. E., & Alfaro Sotomayor, N. E. (2016). Uso de las tecnologías de la información y comunicación en los adultos y su Ambiente Laboral. *Revista Electrónica*.

Dijk, J. v. (2013). La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Oxford: Oxford University Press.

Fortunati, L., & Magnanelli, A. M. (2002). El teléfono móvil de los jóvenes. *Estudios de Juventud*, 57(2), 59-78.

García-García, F., & Rosado-Millán, M. J. (2012). Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0. *Comunicación y Sociedad*, XXV, 15-38.

Goffman, E., Perrén, H. B. T., & Setaro, F. (1971). La presentación de la persona en la vida cotidiana (Vol. 60). Buenos Aires: Amorrortu.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación.

<https://repository.cardiffmet.ac.uk/bitstream/handle/10369/262/rCSADGL3.p?sequence=1#page=122>

<https://repository.cardiffmet.ac.uk/bitstream/handle/10369/262/rCSADGL3.p?sequence=1#page=56>

INDEC. (2015). Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC). Buenos Aires: Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37 (4), 509-523.

Millán, F. G. (2012). Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0. *COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD* Vol. XXV, 15-38.

Minzi, F. Mosenson, L. Pagola, & F. y. Peirone, La educación alterada. Córdoba: Editorial Salida al mar y EDUVIM.

Morgan, D.L., & Spanish, M.T. (1984). Focus Groups: A New Tool for Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, (7) 3.

Pagola, L. (2010). Educación y TICs: desafíos dentro y fuera de la escuela. En *La educación alterada*. Editorial Salida al mar/EDUVIM: Córdoba, 119.

Piscitelli, A. (2009). Los desafíos de las TIC para el cambio educativo. Nativos e inmigrantes digitales: una dialéctica intrincada pero indispensable. Madrid, España: OEI.

Prensky, M. (2010). Nativos e Inmigrantes Digitales. Obtenido de Cuadernos SEK 2.0: [http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

Rettie, R. (2003). Connectedness, awareness and social presence.

Rivière, C. A. (2002). La práctica del mini-mensaje en las interacciones cotidianas: una doble estrategia de exteriorización y de ocultación de la privacidad para mantener el vínculo social. *Revista de estudios de juventud*, 57, 125-137.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.

Saavedra, L. E. (S/F). Alfabetización digital en el adulto maduro una estrategia para la inclusión social. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <http://www.bdigital.unal.edu.co/41406/2/12486-32982-2-PB.pdf>

Sartori, G. “Homo videns: la sociedad teledirigida” 1997

Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina (SITEAL), S. d. (n.d.). TIC SETEAL . Retrieved agosto, 2017 from <http://www.tic.siteal.iipe.unesco.org/>

Traversa, O. (2007). Regreso a "Pantallas". *La Trama de la Comunicación*, 12 (Dossier), 27-41.

Vilte, D., Saldaño, V., Martín, A., & Gaetán, G. (2013). Evaluación del uso de redes sociales en la tercera edad. In Conferencia presentada en el I Congreso Nacional de Ingeniería Informática y Sistemas de Información, Córdoba, Argentina. Recuperado el (Vol. 13).

Weezel, A. V., & Benavides, C. (2009). Uso de teléfonos móviles por los jóvenes. *Cuadernos de información*, (25). <http://www.redalyc.org/html/971/97112696002/>

Wolton, D. (2000). *Internet, y después?*. Barcelona: Gedisa.

