

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA



¿dónde estás...?

---

**EL TELÉFONO MÓVIL Y LA VIDA COTIDIANA**  
**Análisis del caso de las personas mayores**  
**en la ciudad de Barcelona**

Tesis para optar al Grado de  
Doctor en Comunicación Audiovisual

Doctorando: Rodrigo Ramírez Pino  
Directora: Rosa Franquet i Calvet

**Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad**

**Bellaterra, verano de 2008**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA



¿dónde estás...?

---

**EL TELÉFONO MÓVIL Y LA VIDA COTIDIANA**  
**Análisis del caso de las personas mayores**  
**en la ciudad de Barcelona**

Tesis para optar al Grado de  
Doctor en Comunicación Audiovisual

Doctorando: Rodrigo Ramírez Pino  
Directora: Rosa Franquet i Calvet

**Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad**

**Bellaterra, verano de 2008**



A Catalina y Matías



Amb el suport del Departament d'Educació i Universitats de la Generalitat de Catalunya i del Fons Social Europeu.

Creative Commons 2008

Barcelona





# ABSTRACT

---

La presente Tesis Doctoral tiene como objetivo central comprender cómo las personas mayores integran y adecuan la telefonía móvil en su vida cotidiana, y las consecuencias e implicaciones que su uso puede significar para su desempeño en el mundo social y en el espacio comunicativo personal. Para ello es necesario seguir las trayectorias de los sujetos mayores -usuarios y no usuarios- y de los objetos, para lograr interpretar, desde los múltiples contextos en que se sitúan, el tipo de sentido que le asignan a la relación con el dispositivo móvil y si éste representa un valor más allá del funcional, por lo que se podría considerar como un instrumento que facilita el vínculo y la integración social.

---

This Doctoral Thesis aims to understand how the elderly make up suit and integrate mobile telephony in their daily lives, and the consequences and implications that their use could mean for their performance in the social world and in the mobile communication space. For achieving this goal has been necessary to follow the trajectories of the subjects and objects to achieve interpret, since the multiple contexts in which they are located, the type of sense which is attached to the relationship with the mobile device and whether it represents a value beyond the functional, as an instrument that provides the link in their processes of social integration.

## PALABRAS CLAVES

---

teléfono móvil, personas  
mayores, **USOS**, **motivaciones**,  
**comunicación**, desigualdad social,  
INCLUSION Digital, **vida cotidiana**,  
**CONSECUENCIA**, **sociedad**  
**infocomunicacional**, **usuarios**, CONTACTOS,  
IMPLICANCIAS, vínculos



# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
---------------------------	---

## **CAPÍTULO I**

<b>DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	17
---	----

Panorama global.....	17
El uso del teléfono móvil en el contexto internacional.....	22
El uso del teléfono móvil en España.....	24
El teléfono móvil como asunto estratégico.....	30
El teléfono móvil y las personas mayores.....	37
El teléfono móvil y los mayores ¿una sociedad para todos?.....	44
El teléfono móvil como vínculo incluyente.....	48

## **OBJETIVOS**

General.....	52
Específicos.....	52
Estrategia Metodológica.....	53

<b>JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	60
--	----

Investigaciones sobre la telefonía móvil.....	63
Co-protagonistas: teléfono móvil y usuarios.....	70
Preguntas de investigación.....	74
Limitaciones de la investigación.....	80

## **CAPÍTULO II**

<b>MARCO PARA COMPRENDER LA COMUNICACIÓN MÓVIL</b> .....	81
--	----

Precisiones sobre la sociedad Infocomunicacional.....	81
La comunicación móvil.....	87
El paradigma de la movilidad.....	99
Desplazamientos y trayectorias.....	102
La venganza de los nómadas.....	110
La Cultura Móvil.....	116
El Objeto cultural.....	123
Un Dispositivo de convergencia.....	125
La Identidad en movimiento.....	128

La Teoría de los Usos y Gratificaciones.....	130
El espíritu de la máquina.....	133
La teoría de la domesticación de la tecnología.....	138
Constructivismo social de la tecnología.....	141
Teoría del sistema mundo.....	144
Conformación social de la tecnología.....	148
Modelo de Influencia social.....	152
Otros modelos de aproximación.....	154
Crítica al determinismo tecnológico.....	155

### **CAPÍTULO III**

#### **LAS PERSONAS MAYORES Y**

<b>EL CONTEXTO SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN MÓVIL.....</b>	<b>159</b>
---	------------

Las personas mayores y vejez.....	159
Las personas mayores y ciudadanía.....	165
Las personas mayores y calidad de vida.....	170
El Perfil de las personas mayores en Cataluña.....	176
El Perfil de las personas mayores en Barcelona.....	182
El Perfil de la pobreza en Cataluña.....	189
Consumo y estilo de vida de las personas mayores.....	195
Las personas mayores y uso de las nuevas tecnologías.....	205
Las Tecnologías y entorno cotidiano.....	214
Usos de la comunicación móvil.....	218
El teléfono móvil y su valor simbólico.....	223
Las motivaciones.....	231
Las habilidades.....	236
Usuarios en el entramado de la movilidad.....	242
¿Por la edad lo reconocerás?.....	258

### **CAPÍTULO IV**

<b>ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....</b>	<b>263</b>
-------------------------------------	------------

La complejidad de la opción cualitativa.....	263
Una estrategia convergente.....	270
Etnografía móvil: Sujeto-Objeto multisituados.....	274
Naturaleza del estudio.....	278
The Grounded Theory.....	279
La Triangulación.....	283
Unidad de análisis.....	286
Selección de la muestra.....	286
La observación.....	287
El cuestionario.....	289
Definición de variables.....	293

Las entrevistas.....	305
Los grupos de discusión .....	309

## **CAPÍTULO V**

<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>313</b>
<b>SÍNTESIS DE LA OBSERVACIÓN.....</b>	<b>313</b>

El Raval.....	313
El Eixample .....	318
La Verbená .....	325

DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN POR DIMENSIONES.....	331
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.....	331

### DIMENSIONES:

USOS .....	336
NO USUARIOS.....	346
EX USUARIOS.....	352
POSESIÓN .....	353
AUTONOMÍA.....	355
MOTIVOS .....	363
ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS.....	370
RELACIÓN CON OTRAS TECNOLOGÍAS.....	378
IDENTIDAD .....	387
ACTIVIDADES.....	392
SATISFACCIÓN .....	395
RED DE CONTACTOS.....	401
ESPACIO PÚBLICO.....	408
IMPLICACIONES SOCIALES.....	417
INTEGRACIÓN SOCIAL .....	433

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>439</b>
--------------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>461</b>
---------------------------	------------

## **ANEXOS**

Antecedentes históricos. Las generaciones de teléfonos móviles.....	495
La telefonía móvil en España.....	500
Cuestionario USUARIOS.....	502
Cuestionario NO USUARIOS.....	515

## LISTA DE TABLAS

1. Total de la muestra.....	331
2. Muestra por género.....	331
3. Muestra por barrios.....	332
4. Muestra por edad.....	332
5. Muestra, composición del hogar.....	332
6. Muestra, nivel de formación y educación .....	333
7. Muestra, estado civil, casados.....	333
8. Muestra, estado civil, viudos .....	333
9. Muestra, lugar de nacimiento.....	334
10. Muestra, lengua.....	334
11. Muestra, situación laboral.....	334
12. Muestra, porcentaje de ingresos.....	335
13. Funciones del móvil, la llamada de voz.....	336
14. Tipo de móvil que usan, especiales para mayores.....	341
15. Tipos de usos, para avisar que llega tarde .....	341
16. Tipos de usos, para organizar actividades .....	342
17. Tipos de usos, para realizar planes .....	343
18. Tipos de usos, para proporcionar información.....	343
19. Tipos de usos, para enterarse cómo están amigos y familias .....	344
20. Tipos de usos, para conversar con amigos .....	345
21. Tipos de usos, para manifestar o expresar preocupación.....	345
22. Tipos de usos, para sentirse más cerca .....	346
24. Promedio de SMS enviados y recibidos .....	347
25. Razones no usuarios, no lo necesita .....	349
26. Razones no usuarios, muy caro .....	349
27. No usuarios, piensan tener uno .....	349
28. No usuarios, plan que contratarían .....	350
29. No usuarios, adquirirlo por seguridad.....	350
30. No usuarios, facilidad de uso .....	351
31. Ex usuarios, razones por dejar su uso.....	352
32. Tiempo en que son usuarios .....	353
33. Cantidad de móviles que han tenido.....	354
34. Forma de adquirir el móvil, entre ex usuarios.....	355
35. Forma de adquirir el móvil, usuarios casados.....	357
36. Motivos, por los nuevos tiempos.....	364
37. Motivos, para estar ubicables.....	364
38. Motivos, por seguridad.....	365
39. Motivos, por autonomía e independencia .....	366
40. Motivos, para no sentirse solos.....	367
41. Motivos, para tener control .....	368
42. Motivos, por que otros lo portan .....	368
43. Motivos, nunca está en casa .....	369
44. Motivos, es una tecnología más fácil de acceder .....	370
45. Presupuesto, alimentación .....	370
46. Presupuesto, teléfono fijo .....	372
47. Presupuesto, teléfono móvil .....	373
48. Tipo de actividad antes de jubilarse .....	378

49. Uso de tecnologías en el trabajo, el PC .....	379
50. Uso de tecnologías en el trabajo, casados .....	379
51. Uso de tecnologías en el trabajo, ordenador portátil.....	380
52. Uso de tecnologías en el trabajo, Internet .....	380
53. Uso de tecnologías en el trabajo, teléfono móvil .....	381
54. Uso de tecnologías en el trabajo, email .....	382
55. Dispone de Internet en casa .....	384
56. Uso de Internet y email en casa.....	385
57. Frecuencia del uso de Internet.....	386
58. Lugar de nacimiento .....	388
59. Relación de usuarios con el barrio .....	389
60. Relación de usuarios con la lengua.....	389
61. Actividades que realizan.....	394
62. Satisfacción en el uso .....	396
63. Satisfacción por el modelo que usan.....	397
64. Personalización del dispositivo.....	399
65. Relación de dependencia.....	399
66. Números guardados en el directorio telefónico.....	402
67. Sitio donde ocupan el móvil .....	408
68. Sitio donde ocupan el móvil, casados.....	409
69. Lugares donde molesta el uso del móvil.....	410
70. Aspectos mejorados, estar siempre conectado.....	418
71. Aspectos mejorados, desde cualquier lugar.....	419
72. Percepción en relación a la edad .....	435
73. Percepción de cómo los ven los demás.....	436
74. Percepción de su comprensión ante el mundo actual.....	437





## INTRODUCCION

"El fracaso de una ciudad que se levanta ciega ante las miserias que cobija, sordomuda ante las exclusiones que genera sin parar. Así, en lugar de la ciudad amable arcadia de civilidad y civismo en que debía haberse convertido Barcelona según lo planeado, lo que se mantiene a flote, en la superficie, a la vista de todos, son las pruebas de desigualdad, la exclusión, la anomia e incluso la violencia continúan siendo ingredientes consustanciales a la existencia de una gran ciudad capitalista"

(“FRAUDE Y MISERIA DEL MODELO BARCELONA”, Manuel Delgado, 2007:16)

¿Cuándo, cuánto, cómo, por qué y en qué medida un cambio tecnológico afecta la vida de las personas?, ¿Cuál es el peso que tienen los sujetos y los particulares contextos de interacción en los usos y efectos cotidianos de las nuevas aplicaciones digitales?, ¿Qué tipo de usuario está en condiciones de transformar las tecnologías?, ¿Qué tan presente están las necesidades de los usuarios en el despliegue del actual escenario de convergencia tecnológica?, ¿Están sobrestimados los efectos de las nuevas tecnologías?, ¿Omnipresencia, portabilidad, inmediatez, sociabilidad para todos?, ¿Qué hace tan imprescindibles y necesarias a las nuevas tecnologías?, ¿Por qué es tan imperativo estar comunicados a todas horas y en todos los lugares?, ¿Están todos los ciudadanos incluidos en la ecuación tecnológica que presenta la sociedad de hoy?. Estas interrogantes son sólo algunas de otras tantas que deambulan tras sus respuestas, siendo todas ellas lo suficientemente importantes de ser explicadas en la crucial fase de expansión en que hoy se encuentran las Tecnologías de la Información y Comunicación, TICs, en especial aquella tecnología digital en que se basan las comunicaciones móviles.

Para algunos autores la irrupción de las TICs (ordenadores, Internet y teléfonos móviles), protagonizan un cambio social y económico sólo comparable con la revolución industrial y que incluso podrían transformar a los países en economías de conocimiento, en que los intangibles serán el eje de los activos económicos (Castells, 2000; Reich, 1991). Para otros, tras la tecno-euforia y el

---

consiguiente desplome de las sobrevaloradas empresas *punto com*, y la frustración de los mercados financieros y de los capitales de riesgo, quedó en evidencia que no era más que una serie de "refinamientos tecnológicos dentro del mismo modelo económico y social capitalista" (Garnham, 2000: 69), creyendo que este tipo de empresas "no respondían a las mismas leyes y principios económicos que las empresas tradicionales o brick & mortars" (Vacas, 2007:16).

Los computadores, Internet y los teléfonos móviles han cambiado la forma de comunicación y acceder a la información, así como ha cambiado las maneras en que las personas se relacionan con las nuevas tecnologías y entre ellas mismas.

La rápida expansión de la tecnología de las telecomunicaciones móviles, tanto a nivel de las redes y de las infraestructuras, en los servicios, aplicaciones y contenidos, como en el nivel de desarrollo de los sofisticados dispositivos, están presentes, directa e indirectamente, en la cotidianidad de los ciudadanos, tan al borde como en pleno centro de la vida social, teniendo su presencia un impacto directo en la constitución del paisaje actual.

Entre las nuevas tecnologías, los dispositivos de comunicaciones inalámbricas están en el centro del escrutinio público, desatando admiración, fascinación, desazón y decepción. Para muchos, el teléfono móvil ha dejado de ser un simple instrumento de comunicación evaluable sólo en su dimensión técnica, para ser elevado a un "objeto social y cultural", presente en todos los aspectos del diario vivir. Cada día es mayor su difusión y sus niveles de penetración, dejando con ello suficiente evidencia sobre ciertos tipos de dependencia que se articulan entre sus usuarios y de los efectos que se producen en el espacio privado y público, dando lugar a una serie de nuevas implicaciones sociales.

Llaves, documentos y teléfono móvil, tres objetos indispensable de llevar consigo tras cerrar la puerta de casa. Los dispositivos móviles se están convirtiendo rápidamente en el más generalizado y ubicua tecnología jamás inventada (Lasica, 2007). El móvil y, en general las comunicaciones digitales y

---

los dispositivos de comunicación personal, han pasado a ser, en poco más de una década, un fenómeno social que ha trascendido a la atractiva y seductora novedad que envuelve a este tipo de innovación tecnológica. Un objeto que está alterando hábitos de comportamientos y costumbres de segmentos crecientes de la sociedad, no sólo de los países desarrollados, sino también de los países menos desarrollados (Vacas, 2007). Prácticamente es indiscutible esta propensión global por permanecer unidos al comunicador digital "always on" (Lasica, 2007).

A simple vista, la observación cuantitativa nos indica que esta difusión ha ocurrido mundialmente, bastante independiente de los diferentes contextos, hábitos culturales, valores y normas, afectando la vida comunicativa de todos los que pueden hacer uso de sus servicios y también de aquellos que no tienen la oportunidad de acceder a su uso. Así, los teléfonos móviles se han puesto populares en los más diversos contextos, incluso en los llamados tecnofóbicos (Fortunati, 2000), o en culturas introvertidas (Puro, 2002), así como en países donde el porcentaje mayor de su población es analfabeta, donde no es posible adquirir un ordenador y que incluso no se han conectado a redes tradicionales de teléfonos fijos y de electricidad (Townsend, 2000).

Cada día nos familiarizamos con la retórica promesa utilizada para describir las bondades de las tecnologías móviles. Estos terminales de comunicación se expanden con el ofrecimiento de mantener en contacto a las personas en cualquier lugar y en cualquier momento, suponiendo con ello un papel cada vez más importante en las relaciones interpersonales y en la comunicación social. A través del uso de la red móvil estaremos siempre disponibles, en "contacto perpetuo" (Katz & Aakhus, 2002:12) para quienes queramos y nos necesiten, estando en condiciones de acceder a la información y a los contactos que requiramos, ya sea con fines instrumentales, pragmáticos, expresivos y relacionales (Ling, 2004).

Al día de hoy, dada la evolución del dispositivo junto con los avances en los estándares tecnológicos de las redes digitales de intercambio, se instala el teléfono móvil como símbolo de la convergencia digital, conteniendo un

---

amplio abanico de aplicaciones, funciones y servicios dentro de un único terminal y empleando una diversidad de formatos. El móvil, para muchos, es "el único gadget que se necesitará siempre" (Boyd, 2005: 9), ya que su convergencia implica desde su tradicional función de llamadas de voz y de enviar mensajes cortos de texto, SMS, a la integración con otros medios como Prensa, Radio, Video, Cine, TV, Internet, Audio y una amplia oferta de servicios como el email, publicidad, información de mercados, transferencias bancarias, gestión de datos, ocio electrónico, información meteorológica y de tránsito (Aguado y Martínez, 2006a).

Incluso más, algunos identifican al teléfono móvil como el "séptimo medio" (Ahonen, 2008), ya que además de reproducir todos los medios de comunicación tradicionales, como es leer la prensa escrita, descargar grabaciones musicales, ver películas, escuchar la radio, ver la televisión, asumir las funcionalidades de los PC basados en Internet, con la búsqueda de información y la interactividad incluida, presenta cinco elementos únicos, estos son: su carácter personal, su disposición y acceso las 24 horas del día, estar al alcance de la mano, la posibilidad de consumo y de pago inmediato "click to buy" y ser un instrumento que permite canalizar el impulso creativo a través de aplicaciones multimedia, como la cámara de fotos, la grabadora de video y de voz (Ahonen, 2008).

Cada día, más usuarios se familiarizan con los MMS (Multimedia Messaging Service) que hace posible el envío de datos en forma de imágenes (JPEG, GIF), vídeo (MPEG), sonido (MP3, MIDI) y aplicaciones (JAVA). Para otros ya es una rutina usar las funciones de la agenda-organizador, la cámara fotográfica y de vídeo, la consola de video juego, el reproductor de música, la tarjeta-monedero, TPVM (Terminal de Punto de Venta Móvil) y el GPS integrado. Además de otras funciones que aportan valor añadido, como monitores cardiovasculares, pulsómetros, sistemas de videoconferencia, blogs móviles, llaves de puerta, controlador remoto de aparatos domésticos. También, a través del móvil se puede disponer de una serie de servicios que permiten, por ejemplo, tener acceso al sistema público de transporte, para localizar estacionamientos; para enviar dinero transoceánico; para controlar el acceso

físico a lugares o recintos, para acceder a una red informática, como tarjeta de fidelización o descuento, para acceder a información médica para su uso en caso de emergencias; para abrir vehículos, para acceder a información desde cualquier soporte colocado en la vía pública, para leer los catálogos de los museos, etc.

Una industria dinámica, que incubaba periódicamente nuevos proyectos, como por ejemplo, la incorporación de "sensores" a las redes de comunicación móvil, que permitirán la captación de datos por todo el planeta en tiempo real. Más todo el avance y mejoramiento constante de la conectividad inalámbrica múltiple (GPRS/UMTS, Bluetooth, Wireless LAN, NFC (Near Field Communication), como también en los software de gestión y en las herramientas de escritorio, ampliando de esta manera el horizonte de funcionalidades del dispositivo móvil, aproximándolo cada día a las prestaciones habituales del ordenador (Aguado y Martínez, 2006a; Humphreys, 2005).

La movilidad, individualidad, accesibilidad e inmediatez suelen ser los adjetivos que definen al teléfono móvil. Su movilidad viene dada por la dimensión del terminal, al ser liviano y pequeño permite un cómodo transporte y facilita su presencia en distintos espacios. Su individualidad es asignado por su carácter personal, por lo general, propiedad de un solo individuo (Geser, 2003); un número es igual a un único sujeto. "Una tecnología que seguirá a la persona en todas partes, fuera y en casa, sin interrupción" (Fortunati, 2001:96), como una extensión del individuo (Augé, 2008) y de su propio cuerpo (Fortunati, 2001), con el cual el usuario se puede identificar, teniendo la posibilidad de personalizar el propio dispositivo, ya sea asignándole un determinado valor estético, como también por el particular estilo de uso (Humphreys, 2003; Sugiyama, 2005).

Con el móvil, el teléfono dejó de vincularse a un espacio físico determinado, en la que una persona estaba obligada a permanecer anclada, y pasó a ser un instrumento de comunicación cuyo uso se presenta independiente de cualquier espacio específico. Su accesibilidad, "always on", implica que no

---

sólo el dispositivo está presente sino que su propietario también lo está, co-participando en un espacio de comunicación móvil, donde tiene la posibilidad de articular sus vínculos y redes de contacto (Cohen y Lemish, 2004; Humphreys, 2003; Rainie y Keeter, 2006).

La telefonía móvil no sólo ha supuesto una radical transformación técnica, sino que además ha tenido impacto en la dimensión social, como por ejemplo, en los ritos sociales de la interacción (Geser, 2003), en la administración de los tiempos cotidianos, en los procesos de gestión de las dinámicas grupales y organizacionales, y en la gestión de las fronteras e interconexiones entre diferentes ámbitos personales (trabajo, familia, amigos) (Katz y Aakhus, 2002). También ha supuesto una notable incidencia transformadora en el consumo de ocio, en la gestión de la identidad individual (Ling, 2004) e incluso en la canalización de respuestas e iniciativas sociales (Sampedro, 2005).

Las posibilidades que representa el teléfono móvil adquieren mayor sentido cuando son justificados a través de una sociedad que tiene el "consumo como vocación" (Bauman, 2007:81), que busca abrazar la modernidad y que se interpreta estar "en movimiento" (Urry, 2000:2), en donde emerge un "ciudadano nómada" e "hiperconectado", que dispone de una "abundancia de información", en plena era de la comunicación personal "instantánea" (Bauman, 2005, 2008). Estamos "en una movilidad sobremoderna" (Cuadra, 2007:11) que "refleja el movimiento de la población (migraciones, turismo, movilidad profesional) y la circulación de los productos, de las imágenes y de sus significados" (Augé, 2008: 16), en cuyo formato se ha representado cierto estilo de vida "ideal", donde la matriz viene dada por la posibilidad de estar, al mismo tiempo, conectado y en movimiento. La forma de sostener este particular modo de vida es por medio del consumo de una serie de artefactos tecnológicos (teléfono móvil, ordenador portátil, Blackberry, PDA, iPod, Iphone, Smartphone), que a través de su singularidad han instalado la idea de que "lo pequeño, lo liviano, lo más portable, lo que facilita el desplazamiento físico, significa progreso, siendo su posesión el mayor bien y símbolo de poder" (Bauman, 2005: 5).

Sin embargo, esta idea de movimiento es sólo desde el ideal técnico de la productividad, aún existen numerosas expresiones de sedentarismo forzado y de barreras de tiempo y de espacio que impiden algunos tipos de desplazamientos voluntarios (Augé, 2007). Ser inmóvil significa quedarse atrás, y sus consecuencias negativas se pueden ver desde los más banales aspectos de la vida cotidiana hasta las dimensiones que sitúan a los sujetos en la exclusión social (Ureta, 2008). "La movilidad en el espacio sigue siendo un ideal inaccesible para muchos" (Augé, 2007:91). "Mientras los posmodernos celebran la movilidad y el nomadismo, la desterritorialización y la facilidad con que nos comunicamos, en verdad no todos pueden escapar a la exigencia de la disponibilidad constante, la vigilancia de quienes te recuerdan que perteneces a una empresa y a un lugar, aunque estés en otra ciudad u otro país" (García Canclini, 2007:61). "Quizás aferrarse al suelo no sea tan importante si ese suelo puede ser alcanzado y abandonado a voluntad, mientras otros ni siquiera tienen la posibilidad de deambular libremente por su territorio. Mientras muchos celebran lo efímero, rechazan y evitan lo durable, otros, en tanto, hacen grandes esfuerzos por lograr que sus frágiles, vulnerables y efímeras posesiones duren lo más posible y les rindan servicios duraderos" (Bauman, 2005:6).

Además, cualquier tipo de dirección que adopten los movimientos de las personas, estará sujeta, entre otras cosas, al tipo de información disponible, que permita hacer una elección sobre la orientación que se persigue con un determinado desplazamiento. Si ya es difícil que todos participen en la convocatoria de "vivir la movilidad", más aún lo es la posibilidad de acceder a cierto tipo de información que sea indispensable para desenvolverse con meridiana holgura en el espacio social. La información, por lo tanto, sigue siendo un "bien escaso", sobretodo por su valor estratégico. Más hoy, cuando se presenta mediante diversos formatos y sobre la base de la especialización de nuevos servicios, de una distribución multiplataforma, de una difusión multicanal, y a través de un acceso condicional. Así, la información es indisociable a la idea de selectividad, competitividad y ventaja. La especialización es en nombre del poder adquisitivo y de la posición ocupada por los sujetos en la sociedad. "Las conexiones múltiples y rápidas son un

---

capital social, pero –como el dinero- no todos lo consiguen de igual manera” (García Canclini, 2007:61). Lo cierto es que este modelo de construcción, acceso y distribución de la información está asegurando la permanencia de las desigualdades socioculturales, más aún cuando la manera de construir la información, presentarla, y de proveer los medios de acceder a ella no es universal y está vinculada a los tradicionales esquemas dominantes (Wolton, 2000).

Existe un optimismo desbordante sobre las posibilidades del teléfono móvil, justificado por su alta difusión, que a marzo del 2008 alcanzó a 3.500 millones de suscriptores, en comparación con los 850 millones de computadoras personales, los 2.000 millones de televisores y los 1.300 millones de teléfonos de líneas fijas a nivel mundial (3Gamericas, 2008). Sin embargo, aunque estos datos pueden dejar la impresión de que los teléfonos móviles son utilizados prácticamente por “todos”, lo cierto es que la penetración de la telefonía móvil no es una cuestión meramente cuantitativa (Aguado y Martínez, 2006a). La pregunta es si la telefonía móvil esta siendo una oportunidad para todos, a qué tipo de oportunidades nos estamos refiriendo y si la sociedad está dispuesta a incluir a ciertos colectivos de ciudadanos que viven en situación de exclusión social. Además, cabe preguntarse si el mercado está dispuesto a incorporar a segmentos que aparentemente son pocos rentables y si las instituciones están dispuestas a contemplar aplicaciones y elaborar contenidos que contengan servicios para aquellos ciudadanos que requieren mejorar su desempeño cotidiano en la vida social.

Por lo tanto, las altas tasas de penetración no nos arrojarán instantáneamente las respuestas a una serie de interrogantes. Más aún, cuando las preguntas deben ser formuladas tanto al objeto y al sujeto, ambos al mismo tiempo. Así, por ejemplo, ¿el uso eficiente de los dispositivos móviles lo hacen aquellos que estructuralmente pueden hacerlo?, ¿el no uso o un uso limitado de éstas implica la reproducción de las tradicionales desigualdades o produce una nueva línea de inequidad?, ¿en el campo tecnológico se están produciendo brechas achacables a la irrupción de dispositivos que cambian tan rápidamente que son imposible de ser asumidos por la población?, ¿el uso del



---

teléfono móvil es tan necesario como parece?, ¿su adopción es más bien un acto simbólico de estar a la moda y no perder vigencia?, ¿el teléfono móvil está realmente cambiando algo, para quién y de qué manera?, ¿estamos verdaderamente ante un avance monumental?, ¿debemos acogerlo con los brazos abiertos? Más bien, ¿cuál es el problema que nos soluciona? y ¿cuál es la transformación que nos promete? (Postman, 1994).

La formulación de este tipo de preguntas implica ampliar, extender y profundizar la mirada hacia una serie de ámbitos contingentes que pueden proporcionarnos pistas sobre las implicancias concretas del teléfono móvil en la vida cotidiana. Para ello, hay que tener en cuenta otro tipo de evidencias, como por ejemplo, las diferencias entre quienes utilizan los teléfonos móviles y quienes no lo hacen (García, et al. 2006). Por ejemplo, en EE.UU., se ha encontrado que las personas que no utilizan teléfonos móviles obtienen ingresos más bajos, presentan menores niveles de educación, tienen más probabilidades de ser solteras y sin hijos, tienen menos probabilidades de tener un empleo a tiempo completo y un número menor de pertenecer a organizaciones (Katz y Rice, 2003).

Asimismo, la estadística nos dice que la penetración en Europa del móvil supera el 100%, sin embargo, un número importante de personas en la Unión Europea no dispone de un teléfono móvil, incluso en los países ricos como Dinamarca y los Países Bajos. En los países más pobres, como Hungría y Polonia los que no tienen un teléfono son mucho más numerosos. Por lo tanto, la difusión y la penetración en un país no parece ser un buen predictor del número de personas que realmente usan un teléfono móvil. A pesar que algunos países tienen muy alto los niveles de teledensidad móvil, estos datos plantean la preocupación por la exclusión social, siendo necesario "considerar medidas especiales para ampliar el acceso" (ITU, 2008:15).

La investigación empírica sobre el teléfono móvil en la sociedad contemporánea ha tenido en cuenta la importancia creciente de la difusión entre los jóvenes, convirtiéndose en un tema de estudio muy popular para los analistas de la industria y el mundo académico, "por lo que el análisis de las

---

prácticas llevadas a cabo por los usuarios jóvenes constituye el grueso de los datos existentes en relación con la edad y la cultura móvil" (Castells, 2006:73). Así, en general, "los estudios tienen en cuenta a la persona joven sofisticada o al profesional de mediana edad con estudios y físicamente capacitado" (Castells, 2006: 393), pero poco se sabe sobre lo que sucede con el uso que hacen los otros colectivos, especialmente las generaciones mayores.

Podemos ver, que no todos los colectivos suscitan el mismo interés investigativo por conocer el tipo de adopción y la utilización que realizan del teléfono móvil. A priori se descartan, suponiendo, que el impacto de los factores estructurales de inequidad, más otras variables, como la edad, los sitúan al margen del mundo digital. Existe la tendencia de renunciar a incluir a las personas de mayor edad a ciertos tipos de mediación de la tecnología en la sociedad (Ling, 2000). Este grupo, y otros tantos, son interpretados desde la lógica de la "caricatura", es decir, su aproximación se fundamenta en las presunciones, instalando una comprensión estereotipada que alude a que las personas mayores, aquellas que han sobrepasado los sesenta y cinco años, instalándose en la tercera y cuarta edad, poseen una incapacidad instalada para hacer frente a este tipo de tecnología de interacción mediada. Se presupone que por su avanzada edad y por los problemas de salud que esta fase conlleva se deben apartar de cualquier consideración a la hora de pensar en la utilización de ciertos dispositivos tecnológicos (Ling, 2002).

Es en este contexto, donde resulta interesante aproximarse, al colectivo de personas mayores y conocer los usos y los tipos de relación que articulan a partir de la incorporación de la telefonía móvil a su vida cotidiana. ¿Tiene sentido indagar sobre este asunto? o acaso las personas mayores se están perdiendo de todo este "ideal" que presenta la telefonía móvil por ser un grupo -aparentemente- poco rentable, marginal y poco agraciado para los intereses empresariales. O bien, porque vivir la última etapa de la vida presupone la pérdida de interés por adoptar nuevas TICs; o porque superar la barrera de los sesenta años conduce irremediabilmente hacia la enfermedad y el deterioro físico, imposibilitando sostener una relación dinámica y fluida, de usabilidad y accesibilidad a nuevos dispositivos y aplicaciones técnicas; o

---

porque ser viejo es igual a ser sujetos desmotivados e incapaces de asumir nuevos desafíos de aprendizaje y de experiencias. Pareciera ser que los estereotipos, el peso de las propias historias de vida y la desigualdad en el proceso comunicativo son obstáculos para su inclusión en la nueva realidad social. Lo cierto es que más allá de cualquier consideración, e independiente del número de personas mayores que usan el móvil, quienes sí lo hacen ya han iniciado una nueva participación en el intercambio comunicativo, en un nuevo espacio conversacional y de interacciones sociales y vinculativas en su vida cotidiana, creando su propio universo de significados en torno al acceso y uso de la telefonía móvil, dando inicio a su particular proceso de apropiación y de reinterpretación de la realidad en que viven (Ling, 2002).

La realidad nos advierte que no es nada fácil el camino que tiene que recorrer una persona mayor en su condición de usuario de la telefonía móvil, ya que la ruta no está pavimentada, tiene los ripios y baches propios de las implicancias que conlleva desenvolverse en el entorno social siendo viejo. El desempeño que realice un usuario en estas condiciones dependerá de múltiples situaciones individuales, de contexto y de las variables estructurales que estén ejerciendo influencia. Pero, pareciera que por más que los adultos mayores traten de crear un sentido de las nuevas tecnologías para su espacio individual y social, ya la edad los condena a vivir una experiencia limitada y marginal al resto de los demás ciudadanos. "La edad como brecha pone de manifiesto el tipo de uso preferente más que el uso en sí mismo" (Castells et al. 2007:314), ya que la interacción entre "esta fase de la vida y la experiencia determinarán la forma en que utilizamos la tecnología y la forma en que nos relacionamos ante diversos artefactos en la sociedad" (Ling, 2002:11).

Pero ¿esto es tan cierto? Es decir, sólo con que una persona nos diga que tiene setenta años ya estamos en condiciones de saber que el uso que hará con su teléfono móvil será deficiente y limitado, y que su red de contactos será pequeña y que los vínculos que ahí genere serán débiles. Es contradictoria nuestra posición frente a las personas mayores, porque, por un lado, somos capaces de advertir todos los cambios que experimenta la sociedad de hoy, de las transformaciones y de los nuevos escenarios que cada día toman

---

cuerpo, de los nuevos movimientos sociales y reivindicativos, de las nuevas generaciones y su posición en la vida social, pero seguimos teniendo la misma visión rígida sobre los mayores, la misma que hace treinta años atrás. Esto nos debe llamar obligadamente la atención, porque las personas de más edad han cambiado, no se parecen en nada a sus generaciones anteriores, siendo un colectivo que ha vivido su propia transformación. En particular, el uso que hacen las personas mayores con sus teléfonos móviles nos presenta una oportunidad para comprender la manera en que viven el mundo de hoy.

Asimismo, la esfera técnica es otra fuente de desequilibrios que las personas mayores deberán sortear. La performance de una persona mayor será desigual dependiendo del tipo de dispositivo móvil al que tenga acceso. Una serie de condicionantes: Limitaciones económicas, problemas de diseño, calidad del aparato, fiabilidad de los terminales, funciones disponibles, lenguaje global, ergonomía técnica, accesibilidad y usabilidad, actuarán para facilitar o dificultar la relación entre los usuarios y el teléfono móvil. La experiencia de uso, fundamentalmente la satisfacción, depende que el encuentro entre necesidades y aplicaciones sea lo menos complejo posible y cuyo resultado guarde relación con las expectativas creadas. Si la experiencia no es del todo satisfactoria, es probable que su uso sea menor y que sus motivaciones se vean fuertemente afectadas.

Explorar el uso que realizan las personas mayores de la tecnología móvil puede ser una bisagra interesante para contrastar las limitaciones y exclusiones que limitan el potencial de "movilidad" que ofrecen estos dispositivos; así también, poner en tensión los argumentos opuestos que existen sobre el actual escenario tecnológico. Ya que hay quienes aseguran que todo este entramado tecnológico mejorará el acceso a la información y a la comunicación social y con ello a todos los beneficios de la sociedad infocomunicacional, trayendo mayor justicia social. La tendencia por adjudicar más valor a la tecnología, tiende a exagerar el papel que ésta puede desempeñar en la vida social. Es decir, tienden a ser excesivamente deterministas, pasando por alto el hecho de que cuando se adoptan las tecnologías se convierten en parte de un contexto social ya establecido, y es

---

este contexto el que le da sentido y significado a la utilización de las tecnologías. Una consecuencia de esto es que las tecnologías terminan siendo utilizadas de maneras inesperadas a la idea original de su concepción. Por parte contraria, hay quienes aseguran que la irrupción de las nuevas tecnologías empeorarán las desigualdades sociales a través de la creación de personas informadas y desinformadas, comunicadas e incomunicadas, conectadas y desconectadas, dentro y fuera de las redes sociales, generando un tipo de coacción que redundará en un mayor control social.

Esta diferencia de interpretaciones no es nueva, ha sido una constante ante la aparición de nuevas innovaciones tecnológicas, principalmente como respuesta ante el temor de perder estabilidad y seguridad, sobretodo en el trabajo. “En el fondo, el hombre de hoy, tiene miedo a lo invisible, vacila al sentirse impotente ante el destino” (Duby, 1995: 123). Con todo, el volumen sobre estas contrapuestas visiones es macizo, pero aunque resulte complejo, lo cierto es que el uso de las nuevas tecnologías ha sido la gramática indispensable de la vida moderna.

Desde una observación más amplia, hay dudas sobre si las personas mayores pueden determinar, en cierta medida, la posible función que desempeñarán en sus vidas el uso de los dispositivos móviles, o si pueden decidir de qué forma serán explotadas sus posibilidades, y si pueden hacer los ajustes necesarios para tratar de adaptarlas a sus particulares situaciones de vida. La capacidad de hacer esto, proviene de las necesidades y deseos, junto a la autonomía y a las habilidades disponibles. Sin embargo, las necesidades y deseos no son simplemente a propósito de un requerimiento individual, sino que se producen a propósito del propio sujeto y de la interacción con los demás, en las redes de contactos, con aquellos con los que se interactúa directa e indirectamente y con el peso de su historia de vida y de las variables que condicionan su posición económica y social.

Más allá de cualquier argumento sofisticado, existe un asunto que es medular en cualquier acto comunicativo, que es que por lo menos existan un par de interlocutores. ¿Quién quiere comunicarse con los viejos?, ¿los integrantes de

---

la sociedad de hoy tienen la voluntad de hacer participe a las personas de mayor edad en cualquier acto comunicativo? Las personas mayores pueden domesticar un artefacto técnico (Haddon, 2001), pero no pueden hacerlo solos, si no hay otras personas que están dispuestas a interactuar con ellos.

Puede ser cierto que las personas mayores no quieran abordar la tecnología y por lo tanto desalentar su uso, pero si además no cuentan con la motivación de ser incluidos en la conversación, en el proceso de comunicación, será imposible esperar que su proceso de inclusión sea verdaderamente efectivo, más allá del propio uso de la telefonía móvil. Al parecer, existe una tensión entre las necesidades y los deseos de las personas mayores en relación con las comunicaciones móviles y con la voluntad de "otros" por incluirlos en el círculo de Comunicación (Ling, 2002).

No hay duda de que la comunicación es para las personas mayores un aspecto importante de sus vidas. A pesar de ello, existen ciertas barreras que se traducen en una comunicación difícil para las personas mayores (Ling, 2002), de ahí, que este estudio exploratorio, también pretenda aproximarse hacia ese tipo de obstáculos que podrían ser el resultado de las desigualdades propias de este colectivo, por su categoría personal y de la posición que ocupan en la sociedad.

En resumen, habría más de un elemento que condiciona el desempeño y las expectativas de interacción comunicativa de una persona mayor en el espacio social móvil. Puede ser cierto, pero lo es desde nuestra particular interpretación, ya que todas las afirmaciones que hacemos de ellos es desde nosotros, de cómo la sociedad los percibe, de las afirmaciones categóricas, de verlos siempre como un grupo homogéneo, donde no distinguimos las individualidades ni singularidades, donde se dificulta tratarlos como ciudadanos, de aquellos que evitamos porque suponemos que nos hablarán siempre de lo mismo. Quizás estemos equivocados, pues probablemente los mayores tengan absoluta conciencia de la explotación que pueden hacer con sus teléfonos móviles, les den un uso más eficiente que cualquier

---

adolescente y comprendan perfectamente el papel que juegan en la sociedad de hoy.

Con todo lo anterior, la presente Tesis Doctoral se propone dar un paso más allá. Por un lado, aproximarse al uso de la telefonía móvil proporciona una oportunidad única para examinar, comprender e interpretar la manera en que los nuevos medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información afectan y reflejan el mundo social (Humpherys, 2006). Por otro lado, poner en el centro al sujeto, a la persona mayor, nos permite construir una realidad a partir de la visión de los actores y desde sus particulares contextos de interacción, además nos abre una nueva posibilidad de conocimiento, hasta ahora alejada de la mirada académica. Pero más aún, lo que buscamos es instalar al ciudadano, en el sentido de actor portador de derechos, deseos, expectativas, frustraciones; que participa de la vida social, que ocupa un lugar en la construcción del espacio colectivo, por lo tanto nos alejamos de la tradición obsesiva –pero bien intencionada- de vincular a las personas mayores con discapacidad, invalidez, dependencia, inhabilidad e inestabilidad.

Como cuarto elemento, tratamos de comprender las implicaciones y consecuencias que lleva consigo el uso y la adopción de la telefonía móvil en el diario vivir y si una vez incorporados en sus ecologías particulares operan o no como un vínculo inclusivo que apoya las estrategias para superar los problemas vinculados a la desigualdad e inequidad.

Este proyecto investigativo se presenta en cinco apartados. En el primero se realiza una minuciosa delimitación del problema en cuestión, detallando cifras y experiencias que vienen a corroborar los planteamientos iniciales. Luego se detalla el objetivo general, los específicos y la justificación del presente estudio. En un segundo cuerpo, se propone una plataforma teórica diversa que permita abordar los hechos citados, y que busca aportar elementos para comprender la “comunicación móvil” en la sociedad de hoy.

---

En el tercer cuerpo se presenta el perfil, la situación, las condiciones y las principales características de las personas mayores de sesenta y cinco años, desde su situación en España, en Cataluña, hasta situarlos en el contexto de la ciudad de Barcelona, con el fin de dar cuenta de la posición que ocupan en el espacio social y de las condicionantes que impactan en su diario vivir. Además, en este apartado, proporcionamos un marco para comprender los problemas vinculados a la inequidad social y a la desigualdad digital, presentando una serie de factores y condiciones que estarían influyendo en la relación usuario-acceso-uso de la telefonía móvil.

En el cuarto apartado, se presenta la estrategia metodológica que se empleó para aproximarnos a los objetivos planteados, siendo evidente la apuesta por interrogar a los actores, sujetos y objetos, y por comprender los significados que se desprenden de esta relación. Así, el diseño de investigación cualitativo-interpretativo fue considerado el marco apropiado para abordar la problemática descrita, para ello se proponen los instrumentos pertinentes para ser aplicadas a una determinada muestra de usuarios residentes en la ciudad de Barcelona.

En un quinto apartado se presentan los resultados, la discusión y las conclusiones que se desprenden de los hallazgos encontrados.



## CAPÍTULO I

# DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“La humanidad no está en ruinas, está en obras.  
Pertenece aún a la historia. Una historia con frecuencia trágica, siempre desigual, pero  
irremediablemente común”.  
(Marc Augé, 2003:2)

¿Dónde estás? No es sólo una de las preguntas con la que se suele comenzar cualquier conversación a través del teléfono móvil (García Canclini, 2007), se trata de una interrogante histórica: “¿dónde estamos?” (Berger, J. 2002:2). Los expertos responden “post-industrialismo”, “modernidad reflexiva”, “neo-liberalismo global”, “globalización”, “posmodernidad”, “sobremodernidad”, “sociedad de la información”, “mundialización económica”, “sociedad postindustrial”, “sociedad programada”, “glocalización”, “sociedad tecnotrónica”, “sociedad en movimiento”, “globalización”, “sociedad en red”, “sociedad móvil en red”, “sociedad líquida”. Estos términos son tautológicos y evasivos. A la angustiada pregunta de ¿dónde estamos?, pocos reconocen el sitio exacto. El mundo que se avizora, sea que lo llamemos “post” o “hiper” moderno, es un estadio inédito de la civilización humana al cual, querámoslo o no, estamos convocados (Cuadra, 2006).

## PANORAMA GLOBAL

Desde que en 1983 Motorola obtenía la certificación de la Federal Communications Commission (FCC) que daba luz verde a la comercialización del DynaTAC 8000X, en el mismo momento en que se desarrollaba el primer sistema comercial de comunicación móvil, los teléfonos móviles se han

---

convertido en los objetos tecnológicos de consumo con el mayor volumen de ventas en el mundo.

Tras 26 años, el número de usuarios alcanza los 3.500 millones de personas, es decir, un 50% de penetración mundial (telecoms&media, 2008; ITU, 2008). 35 mil teléfonos móviles son vendidos cada 20 minutos y 15 son los nuevos usuarios por segundo (The Business, 2008). Hay tres veces más móviles que ordenadores; una cuarta parte del acceso a Internet se realiza a través del móvil; existe el doble de teléfonos móviles que televisores; los usuarios de SMS son el doble de los que ocupan el email (GSM, 2008).

Según los organismos oficiales, a finales del año 1996, existían en el mundo 145 millones de suscripciones a la telefonía móvil, paralelamente la telefonía fija registraba 738 millones y los usuarios de Internet alcanzaban a los 74 millones. Transcurridos diez años, el panorama indicaba un cambio en las tendencias. Es decir, el número de abonados a la red móvil superaban los tres mil millones, doblando a los suscriptores de líneas fijas, que llegaron a 1.270 líneas fijas en el año 2007 y muy por encima de los usuarios de Internet, los que alcanzan a 1.131 millones (ITU, 2008).

Sólo entre el año 2004 y el año 2006 se registraron 1.000 millones de nuevas suscripciones. El número absoluto de nuevos abonados aumentó de 200 millones para el año 2006 a 250 millones para el año 2007 (ITU, 2008).

En el panorama global, en el año 2007, la tasa de crecimiento anual para cada una de las regiones fue de un 10% para los Estados Unidos/Canadá; un 8% para Europa occidental; 22% para América Latina y 23% para Asia-Pacífico. Europa occidental ha experimentado un crecimiento debido al fuerte impulso en Alemania e Italia. En América Latina, la tasa de crecimiento ha disminuido en comparación con el año 2006, debido a una mayor base global de abonados. Sin embargo, Asia-Pacífico sigue un constante crecimiento debido, en parte, a un aumento excepcional en India e Indonesia (ITU, 2008).

Según el tipo de suscripción, los abonados de prepago representan el 60% del total de abonados en el 2007, experimentando un crecimiento del 19% en el mismo año. El más fuerte aumento de abonados de prepago se encontraba en Asia-Pacífico, con un crecimiento anual aproximado al 27% en el 2007; encabezada por un importante aumento asociado con India y China. Los Estados Unidos/Canadá también experimentaron un fuerte crecimiento de prepago con un 23%, debido al aumento de las ventas en el segmento denominado de "baja penetración" (donde están los ancianos y desempleados). Del mismo modo, América Latina tiene un crecimiento del 22%, en una región que casi cuenta totalmente con abonados de prepago. La penetración del prepago es mayor en países donde es relativamente caro y difícil adquirir servicios de línea fija (ITU, 2008).

Los datos publicados por la International Telecommunication Union, ITU, pone de relieve las elevadas tasas de crecimiento en el mercado móvil, particularmente en las regiones en desarrollo. A finales de 2007, más del 70% del consumo mundial de abonados a servicios móviles fueron de los países en desarrollo. Una tendencia positiva, ya que en el año 2006 los países en desarrollo representaban el 67% de todos los abonados móviles. Cinco años antes, en el 2002, representaban menos del 50%. África sigue siendo la región con la tasa de crecimiento más alta, un 32% en el período 2006/2007, y la penetración móvil ha aumentado, de sólo uno de cada 50 personas a principios de este siglo, a casi un tercio de la población actual. En África la penetración móvil es del 28% en comparación con el 37% en Asia y el 72% en Norteamérica; en Europa la penetración es de un 100% (666 millones de conexiones móviles) (ITU, 2008).

En números absolutos, China e India son los países que han sumado el mayor número de abonados a servicios móviles durante el año 2008, cerca de 86 millones y 68 millones, respectivamente. China, por ejemplo, es una industria con mucho espacio para expandirse, porque a diferencia de lo que supone su alta penetración, aún seis de cada 10 personas no tienen teléfono móvil y el 84% de la población no tiene conexión a Internet (ITU, 2008).

---

El continuo crecimiento del sector móvil está acompañado de un no-crecimiento en el sector de la telefonía de línea fija, que ha estado estancada en algo menos del 20% en todo el mundo durante los últimos años (ITU, 2008).

En total, los sectores económicos basados en las tecnologías de la información movieron 2.75 billones de euros en 2007, lo que supone un crecimiento del 5.8%. La tecnología móvil mantuvo el tirón del sector, mientras que el sector de equipamientos de telecomunicaciones, por ejemplo, creció poco más de un 2%, mucho menos que en los años 2006 o 2005 (Digiworld, 2008).

El gasto en el consumo de telecomunicaciones en todo el mundo se prevé que alcance los US\$ 2 trillones de dólares para el año 2012. El 60% del ingreso total del sector provendrá de los servicios móviles de consumo (In-Stat, 2008).

Entre otros datos destacados, la venta de móviles ha superado la barrera de los 1.000 millones durante el 2007 (Gartner, 2008). En concreto se adquirieron 1.150 millones, un 16% más que las ventas del año 2006; las ventas mundiales de teléfonos inteligentes alcanzaron US\$ 36.7 millones en 2007; las ventas de routers de banda ancha móvil se prevé que crecerán cuatro veces más entre 2007 y 2011 (IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, 2007).

Paralelamente, el informe "2008 Global Mobile", del Research and Market, informaba que en el año 2007 se habían enviado 1.9 billones de SMS; cifra que en el 2008 alcanzará a los 2.3 billones de mensajes de textos intercambiados, lo que significa que los operadores de la telefonía móvil ingresarán cerca de 42 mil millones de euros por este concepto (Gartner, 2008).

En el segundo trimestre del año 2008, en un contexto sombrío por el panorama económico mundial, las ventas mundiales de teléfonos móviles rondaron los 305 millones de unidades, un aumento del 11.8% respecto al mismo periodo del año anterior. Esto hace suponer que las ventas de teléfonos móviles durante el presente año alcancen los 1.280 millones de unidades (Gartner, 2008).

---

Las ventas, en el segundo trimestre en la región de Asia-Pacífico, aumentaron un 20.5% de un año al otro, hasta alcanzar los 115 millones de unidades, aunque la debilidad de la economía hizo descender la cantidad neta de altas nuevas, desde los 83 millones del primer trimestre hasta los 75 millones del segundo. Situaciones parecidas se observan en otras zonas en vías de desarrollo, como Europa del Este, Oriente Medio y África, donde las ventas fueron de 56 millones, un 18% más que el año anterior, pero con menos sustituciones de las previstas. Por su parte, las ventas de terminales en América Latina alcanzaron los 38.5 millones, un aumento de casi el 19% (Gartner, 2008).

El mercado de Europa Occidental remontó ligeramente durante el segundo trimestre, con unas ventas de 42 millones de Terminales, que son el 8.2% menos que el año pasado, pero el 16% más que el trimestre anterior. La penetración en Europa Occidental llegó al 121.5%, lo que implica una fuerte dependencia de las ventas por sustitución. Las ventas en América del Norte sumaron 44.1 millones de móviles, un 6.58% más que el año pasado, un crecimiento prácticamente dominado por las sustituciones. Por su parte, las ventas en Japón bajaron un 22.1% respecto al año anterior y se quedaron en 9.4 millones, debido a la extrema saturación y a la ausencia de productos nuevos realmente atractivos (Gartner, 2008).

Según Gartner (2008), Nokia amplió su liderazgo hasta el 39.5% del mercado mundial, con 120.4 millones de terminales vendidos durante el segundo trimestre del 2008, gracias a las reducciones de precios y a las estrategias aplicadas en su gama media para presionar a la competencia. Samsung también aumentó sus ventas hasta los 45.7 millones de móviles, que suponen una cuota de mercado del 15.2% y ampliando su ventaja sobre Motorola, la que obtuvo unas ventas totales de 30.4 millones de teléfonos y sobre LG con 26.7 millones de unidades. Por último, Sony Ericsson también aumentó sus ventas hasta los 23 millones de unidades, pero aún así perdió un 1.4% del mercado, del que tiene ahora el 7.5%. (Solo un dato para consignar, el modelo Nokia 1100, es el teléfono móvil más vendido de todos los tiempos, con más de 200.000.000 de dispositivos adquiridos).

Por su parte, los juegos para teléfonos móviles recaudarán durante el 2008, 4.500 millones de dólares, un 16.1% más que el pasado año, pese a ser una cifra muy inferior a la recaudación por música o contenidos para adultos, su crecimiento estará por encima del 10% (Gartner, 2008).

## **EL USO DEL MÓVIL EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL**

El porcentaje de personas que acceden a la telefonía móvil respecto al total nacional es un importante indicador, conocido como penetración. El acceso cada vez resulta más extendido, su difusión parece ser un fenómeno que se expande de manera instantánea, como si de una reacción química se tratase. Sin embargo, aunque su uso aparezca ser homogéneo, independiente del territorio y del sujeto, éste es muy diferente.

En Estados Unidos, según el estudio "Mobile Access to Data and Information" publicado por el PEW Internet & American Life Project (PEW, 2008) dice que el 51% de los encuestados no renunciarían a sus teléfonos móviles, cifra superior con respecto a Internet (45%), televisión (43%) y teléfono fijo (40%). A su vez, el informe indica que las principales funciones y aplicaciones usadas por los usuarios norteamericanos son, de mayor a menor: enviar o recibir SMS; tomar fotografías; jugar con aplicaciones de entretenimiento; enviar o recibir correo electrónico; acceder a Internet para leer noticias, conocer el tiempo, obtener información deportiva, grabar vídeo; reproducir música; enviar o recibir MMS; obtener mapas o instrucciones para llegar a otro lugar y visionar vídeos. Los usos mayoritarios lo realizan los hispanos y los hombres entre 18 y 29 años.

También, la indagación consultó sobre las aplicaciones que quisieran tener en sus móviles, el orden de preferencia fue el siguiente: mapas y software de localización; enviar y recibir email; realizar búsquedas en Internet; reproducir música; tomar fotografías; grabar sus propios clips de vídeo; ver vídeo o programas de TV (Lasica, 2007).

Al comparar los patrones de uso de los teléfonos móviles avanzados en Estados Unidos, los norteamericanos navegan un promedio de más de cuatro horas y media al mes con su teléfono, casi el doble que los británicos, por ejemplo. Esta diferencia se debe a la mayor penetración de las tarifas planas de datos en los Estados Unidos, donde el 10.9% de los abonados tiene un contrato ilimitado, frente al 2.3% de los usuarios en el Reino Unido. En España, recién en el mes de Mayo del 2008, la operadora Orange lanzó un plan de tarifa plana para el teléfono móvil.

Por otro lado, tanto en Estados Unidos como en Europa, 7 de cada 10 personas duermen con sus móviles al alcance de su mano (ICM Research, 2007). Asimismo, antes que el teléfono móvil los trabajadores prefieren dejar en casa las llaves y la billetera, así lo consideran más de un tercio de encuestados en 17 países, en un estudio realizado por la consultora IDC, patrocinado por Nortel Networks (2007).

De acuerdo a este último resultado, parece evidente que la dependencia al dispositivo móvil es cada día mayor entre los usuarios. Esto quedó reflejado en la citada investigación, cuya principal pregunta fue "qué tomarían si tuvieran que dejar sus casas por 24 horas y solo pudieran llevar una cosa". La respuesta entre los encuestados, de una muestra de 2.367 personas, estableció que el 38% de ellos, por encima de cualquier objeto, le darían preferencia al teléfono móvil, mientras que un 30% le daría preferencia a sus billeteras. Llama la atención que ningún otro dispositivo o artefacto como el ordenador portátil, los aparatos de reproducción digital de música y ni siquiera las llaves lograron superar a los teléfonos móviles. A esto hay que agregarle una nueva clasificación, los llamados "hiperconectados" y "crecientemente conectados", usuarios que ya son medidos por la cantidad de dispositivos que llevan consigo y por la cantidad de aplicaciones que emplean. En esta investigación se estableció que el 16% de los usuarios son considerados como trabajadores "hiperconectados", es decir aquellos que utilizan por lo menos siete diferentes dispositivos para su trabajo o para asuntos personales y unas nueve aplicaciones diferentes de comunicaciones como son la mensajería instantánea, los correos electrónicos y las llamadas online, entre otros. Y los

“crecientemente conectados”, que corresponden a aquellos individuos que emplean por lo menos cuatro dispositivos de comunicación más seis diferentes aplicaciones. En la actualidad, éstos equivalen al 36% de total de usuarios (ICM Research, 2007).

Otro caso en Estados Unidos. Hace unos años viene constatándose un cambio para la industria telefónica, la irrupción de las mujeres como compradoras ávidas no sólo de los Iphones, sino también de los denominados *smartphones*, como los BlackBerry y PALM Treo. Durante el año 2007, el número de mujeres estadounidenses que utilizan teléfonos *inteligentes* ha aumentado en más del doble, alcanzado los 10.4 millones de usuarias (Nielsen Mobile, 2008). “Los teléfonos también pueden resultar útiles para organizar las caóticas agendas de sus familias y para mantenerlas en contacto con sus amigos” (AT&T mobile, 2008:4). El 71% de las mujeres toman las decisiones sobre los asuntos relacionados con la telefonía móvil en su familia, lo que incluye los Terminales y los contratos. Como consecuencia de ello, los fabricantes de *smartphones* están empezando a crear planes de mercadotecnia específicos para mujeres (Verizon Wireless, 2008).

## EL USO DEL MÓVIL EN ESPAÑA

En España, actualmente existen 112.2 líneas por cada 100 habitantes (CMT, 2008). En el 2007, el número de líneas de telefonía móvil aumentó un 7.3% hasta llegar a los 50.2 millones. De los 3.4 millones de nuevas líneas creadas en el 2007, el 39.7% se han contratado con Vodafone (1.36 millones), el 35.1%, con Movistar (1.20 millones), mientras Yoigo se ha hecho con el 11.4% de las nuevas líneas (389.296). Por su parte, los operadores móviles virtuales se han apuntado un 14.5%, con 495.365 líneas; a su vez Orange presentó un saldo negativo de 22.832 líneas, después que en el mes de abril eliminara 500.000 líneas inactivas (CMT, 2008).

Según la "Encuesta de tecnologías de la información en los hogares", (INE, 2007), el porcentaje de hogares con teléfono móvil en España alcanza al 90.9%, es decir, de los 15.493.933 hogares españoles, 13.064.364 tienen teléfono



móvil, superando el 81.2%, de los hogares que cuentan con telefonía fija, confirmándose la tendencia detectada en diciembre de 2006. Incluso un 17.7% de los hogares españoles dispone única y exclusivamente de teléfono móvil y un 73.1% de los mismos disponen de teléfono fijo y móvil.

El gasto total del mercado de la telefonía móvil español rondaba los 1.500 millones de euros durante el segundo trimestre de 2007, lo que supone un incremento interanual del 11.4%. En cuanto a la modalidad de pago, continúa la tendencia a las suscripciones por contrato (67%) que a las de prepago (32%). Concretamente se registró en el año 2007, 1.010 millones de euros de contrato, frente a 483 millones de euros consumidos en la modalidad de prepago (red.es, 2007).

Las Comunidades Autónomas con mayor número de usuarios son Madrid con un 90.2%; 89.9% en Canarias; 88.8% en Cataluña y 87.8% en Murcia (INEBASE, 2008).

En Cataluña, en el año 2000, el 58.3% de los hogares contaba con teléfono móvil, en Julio del 2007 el porcentaje alcanzó al 92.6% de los hogares catalanes (FOBSIC, IDESCAT, 2008), superando a la telefonía fija (87.5%). Mientras que en Barcelona, el 71.6% de los hogares tiene teléfono móvil (Fundacc, 2008).

En toda España, el 51.7% de los mayores de 65 años usan el teléfono móvil. En Madrid es el 62.1%, en Cataluña el 60.3% y en Valencia el 59.6%. (INEBASE, 2008). Sin embargo, sólo un 8% por ciento de estas personas usan el teléfono móvil para enviar mensajes a otros usuarios, mientras que otros accesorios como la cámara de fotos digital (3.2%), bluetooth (0.6%) o el MP3 (0.4%), apenas reciben uso por parte de sus propietarios. El acceso a Internet o la nueva tecnología de infrarrojos son dos opciones que ninguna de estas personas admite haber usado (Informe BBVA, 2008).

Otros antecedentes que ilustran la situación en España: La mayoría de los usuarios de telefonía móvil recibe y envía entre una a cuatro llamadas por día,

siendo también significativo el porcentaje que efectúa cinco llamadas o más (25%) y, en mayor medida, el que recibe cinco llamadas o más (30%). El estudio de la Fundación BBVA (2008) muestra que la media en un día normal es de 3.5 llamadas efectuadas y 4.1 llamadas recibidas.

El servicio más utilizado entre los usuarios españoles es el SMS, ya que casi siete de cada diez usuarios lo han utilizado en alguna ocasión y la mitad lo utiliza semanalmente. Aproximadamente tres de cada diez usuarios de teléfono móvil han utilizado al menos en alguna oportunidad el bluetooth, la aplicación para grabar y reproducir vídeos, para juegos y MMS (BBVA, 2008).

Además, tres de cada cuatro usuarios de telefonía móvil han recibido algún SMS publicitario durante el mes de marzo del 2008, siendo el índice más alto de Europa. A su vez, uno de cada tres envió o recibió fotos o vídeos con su teléfono y uno de cada cuatro lo emplearon para escuchar música (M.Metrics, 2008).

Destaca claramente la mayor penetración de la publicidad vía SMS, que en España es recibida por un 73% de los usuarios, bastante más que en el resto de Europa y casi el cuádruple que en Estados Unidos. En cuanto al uso activo del móvil, los españoles también ven más vídeos (12.8%), escuchan más música (22.5%), descargan más juegos (11.4%) y mandan más fotos y vídeos (31%) que sus vecinos europeos. En cambio, son los que leen menos noticias (7.2%), descargan menos programas (2.5%) y participan menos en redes sociales (2.5%). Finalmente, compran aproximadamente los mismos tonos de móvil que el resto de los europeos (alrededor del 4%), pero sólo la mitad que los norteamericanos, y también utilizan menos el correo electrónico móvil (9.1%) (M.Metrics, 2008).

TNS España (2008) realizó una encuesta para conocer el uso real que los españoles le dan al móvil. Hay algunas cifras esperadas, como que el 91% usa el SMS; el 62% usa la cámara de fotos; el 56% los juegos; un 50% usa los mensajes MMS con imágenes; un 44% usa la conectividad Bluetooth; un 38% usa la cámara de vídeo; un 37% los mensajes MMS con audio o vídeo; un 35%

navega por Internet; el 34% accede a datos del ordenador; el 30% escucha música MP3; un 25% consulta el correo electrónico y el 17% usa el 3G (TNS España, 2008). Llama la atención este último dato, ya que dado el alto número de teléfonos 3G en el mercado español, sólo un 17% lo usa. Los principales impedimentos, para su uso limitado, es que para el 60% de los usuarios el excesivo precio del servicio opera como una barrera (sólo un 9% estaría dispuesto a pagar) y por la precaria calidad de la imagen. El visionado de contenido audiovisual en el móvil 3G ha descendido, de un 29% en el 2006 a un 17% durante el 2007 (The Cocktail analysis, 2008). Este estudio sobre "consumo audiovisual a través de Internet y teléfono móvil" indica que los españoles prefieren el consumo de la TV convencional. "El precio de los servicios, el desinterés por los contenidos ofrecidos y el apego al televisor son los principales motivos".

A su vez, la operadora Yoigo realizó un estudio sobre los hábitos de los españoles en relación con el móvil. La investigación "Las verdades verdaderas del Móvil" (2008) afirma que el destinatario preferido de las llamadas es, tanto para hombres como para mujeres, su pareja. Así, las mujeres prefieren hablar más con ellos, que ellos con ellas, y es a quien destinan el 39% de sus llamadas, aumentando este dato hasta el 55% en el caso de las catalanas. Por regiones, las andaluzas resultaron ser las más caseras, con un 33% de llamadas dirigidas a sus familiares, mientras que las madrileñas prefieren llamar a sus amigos antes que a la pareja o familiares.

En cuanto al número de llamadas que reciben las parejas, la media se encuentra en 3 diarias, pero hay usuarios que elevan esta cifra hasta 7 o más veces al día. El estudio revela también, que el usuario-usuario española están contentos con los quienes les llaman, aunque el 27% de los hombres y el 24% de las mujeres opinan que su pareja les llama mucho. De todos los usuarios, los hombres gallegos son los que reciben más llamadas de su compañera sentimental, unas 3.56 al día (Yoigo, 2008).

Los catalanes son los que más SMS envían, y casi un 30% prefieren este sistema de comunicación a las llamadas. Por su parte, el 86% de los andaluces

prefieren una conversación telefónica a escribir mensajes de texto. Aunque las mujeres se muestran reacias a mezclar el amor y las nuevas tecnologías, el 21% de los chicos afirma usar el teléfono para "ligar", frente el 9% de mujeres que confiesan usar su móvil con este fin (Yoigo, 2008).

Según el Observatorio RED.es, en España los mayores usos del móvil son con propósitos particulares, siendo así para el 82.5% de los usuarios. Por otra parte, el 33.6% compró su actual móvil hace menos de un año; un 35.2% lo usa para recibir llamadas de voz; un 30.0% lo emplea para realizar llamadas de voz; un 18.1% para enviar y recibir SMS. Las aplicaciones y servicios más frecuentes son el uso de la cámara de fotos; conexión infrarrojo, bluetooth y grabación de videos (red.es, 2007).

Los politonos es otro gran negocio, en España el valor individual por descarga oscila entre los 3.3 euros (IVA incluido), el que puede alcanzar los 20 euros por suscripción, lo que implica un negocio que mueve millones de euros (más de 700 millones al año sólo en la UE), y que supone un respiro para la maltrecha industria discográfica, que compensa así la imparable caída de ventas de los tradicionales CD. Las predicciones de los analistas afirman que este mercado movería más de 11.000 millones de euros en 2010. En este suculento mercado, en el 2007, los españoles enviaron 3.185 millones de este tipo de SMS, mientras que el 44% de los jóvenes se descarga contenidos por el móvil (The Phone House, 6º barómetro, 2008).

Como consecuencia de los politonos, y para evitar su descarga, el accesorio más deseado por los jóvenes es el bluetooth, un 36.6% pide que tenga esta conexión. Los politonos no se restringen al ámbito puramente musical. De hecho, el récord de descargas en España está en manos del "¿Por qué no te callas?", una simulación de la pregunta con que el rey Juan Carlos recriminó al presidente venezolano Hugo Chávez, en la última cumbre hispano americana, el que generó más de medio millón de descargas y una recaudación de dos millones de euros (The Phone House, 6º barómetro, 2008).

Por último, según el informe del Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos de Telecomunicación, COITT (2008), aproximadamente, tres de cada cuatro usuarios tienen un móvil con cámara de fotos, mensajes multimedia MMS, Bluetooth o infrarrojos y grabadora de vídeo, pero apenas las utilizan. Algunas de sus conclusiones contradicen a otras investigaciones, ya que se sostiene que "ninguno de estos servicios o características de los Terminales son usados en un porcentaje mayor al 50%, y no son considerados por los españoles como un factor clave a la hora de escoger un Terminal". Respecto a la importancia que se da a los Terminales, algo más de un tercio de los usuarios ha adquirido su móvil en el último año. Pero, casi otro tercio tiene un móvil con más de dos años de antigüedad. El principal motivo por el que los usuarios cambian de móvil es la antigüedad del anterior, seguido del robo o pérdida. Sólo un 11.5% señala a las aplicaciones o servicios del móvil como un factor clave a la hora del cambio de Terminal. Según el estudio, los españoles escogen su móvil por la facilidad de uso, el diseño, el precio y el peso o el tamaño. La capacidad de memoria, la duración de la batería y que tenga Bluetooth o infrarrojos son los motivos menos valorados (COITT, 2008).

En lo que coincide el citado estudio con otras investigaciones es que "lo más utilizado es la cámara de fotos, seguido por el Bluetooth o infrarrojos, es decir aquellos servicios o características que no suponen un coste extra para el usuario". También, como lo sostienen otros estudios, los usuarios españoles no están dispuestos a pagar más en sus facturas telefónicas, por tanto todos los servicios que incrementan el coste de la factura del teléfono (MMS, GPRS y 3G, email, Internet y Vídeo-llamada o vídeo-mensajes), tendrán un uso nulo o limitado. Destaca que la navegación por Internet a través del móvil sólo es usada frecuentemente por un 8.21% de los españoles (COITT, 2008).

En el Sexto Barómetro que publica The Phone House sobre tendencias y hábitos de consumo sobre telefonía móvil en España (2008), se afirma que el 30.7% de los usuarios declaran que les es imposible hacer su vida diaria sin su teléfono móvil, siendo los jóvenes, entre 18 y 25 años, los que más dependencia tienen de este aparato, ya que casi un 45% dice "no poder vivir sin su Terminal". Un 51.4 % de todos los encuestados afirma que no disponer de

---

su móvil le supondría algunos problemas y tan sólo un 18.2 % declara que la situación de su vida cotidiana sería llevadera. La media de móviles que los usuarios han tenido es de seis, siendo los usuarios entre 26 a 40 años los que más móviles han poseído, sobrepasando los siete dispositivos. La frecuencia de cambio es superada por creces entre los jóvenes, donde el 37% los cambia cada 6 meses. Entre los mayores de 60 años, el 50% lo hace cada 2 años y más (The Phone House, 6º barómetro, 2008).

## **EL TELÉFONO MÓVIL COMO ASUNTO ESTRATÉGICO**

El universalismo ha tenido en el acceso el mejor argumento para instalarse en el centro de la relación sujeto/tecnología. Hacer de las nuevas tecnologías un objeto disponible para todos y con ello mejorar la calidad de vida de los ciudadanos ha sido la promesa de la sociedad de la información. Esta construcción del imaginario occidental ha permitido ocultar las complejas disparidades presentes en la relación entre el acceso, el uso y los usuarios, y según a qué tipo de tecnologías se vinculen.

La naturaleza del concepto "acceso" se ha instrumentalizado en función de los propósitos de la política pública y de los objetivos de la estrategia comercial, acentuándolo por sobre el resto de los componentes del proceso de adopción, siendo asociado como garante de la inclusión digital y la conectividad como el cordón umbilical. El acceso no es sólo la posibilidad de sostener en nuestras manos un pequeño dispositivo tecnológico y de apretar la tecla verde "send-talk". Se trata de un asunto que forma parte de la dinámica de la adopción y aprobación y, por consiguiente, de la posesión y de sus usos posibles.

Es importante entender que el "acceso" no es un fin en sí mismo, sino que forma parte del circuito total de apropiación de la tecnología móvil, ya que es, perfectamente posible, que nos encontremos en algunos casos, con usuarios que tienen acceso y usan el móvil, pero no tienen posesión;

---

igualmente, se puede tener posesión y no usar; es posible no tener posesión y acceder; no acceder y no usar; o bien, tener acceso y no usar. Estas combinaciones pueden parecer sutiles, pero tenerlas lo bastante despejadas, nos permitirán saber qué tipo de relación se incubaba entre dispositivo móvil y usuario.

La mayoría de los estudios citados anteriormente muestran el éxito de las estrategias de penetración, lo que para muchos es objeto de satisfacción y de un optimismo algo sesgado. Ya que el tipo de afirmaciones que indican que el móvil "se usa literalmente por todos", o que la telefonía móvil "crea un nuevo aspecto en que todos los seres humanos son iguales", o que su adopción es "independiente de la edad, género, capital cultural, riqueza, ingreso o posición jerárquica", es cuestionable, porque incluso reconociendo su extensa penetración, no es posible generalizar que todos los ciudadanos tendrán las mismas oportunidades de acceso, uso y resultado, sobretodo si se pretenden extrapolar evidencias muy particulares a contextos más generales. Técnicamente, no es posible extender lo que sucede en Noruega o en Finlandia, en donde se indica que los teléfonos móviles son adoptados igualmente por hombres, mujeres y niños, independiente de su clase social y donde la penetración, independiente del cohorte de edad, es casi completa (Puro, 2002) a otras sociedades, ya que los contextos y los sujetos son distintos.

El argumento, que justifica este optimismo por la penetración, persigue instalar la idea que en el caso de evidenciar desigualdades en el uso de la telefonía móvil, sólo será una fase temporal y transitoria del proceso de adopción tecnológica, no trayendo consigo mayores consecuencias, y que, en el largo plazo, quienes no usen este tipo de tecnología será porque no necesitan ser parte de esta red de comunicación. Es decir, la responsabilidad y sus consecuencias serán asumidas individualmente, ya que quienes se marginen lo harán porque no les hace falta más información y porque no requieren estar mejor y más comunicados, conectados e integrados. O sea, desde esta perspectiva se interpreta que la tecnología se mueve en un nivel distinto por donde lo hacen los ciudadanos, obviando y pasando por alto cualquier factor

---

de contexto, individual y técnico que pueda condicionar las posibilidades de uso de la tecnología.

Ante esta arrogancia discursiva, hay otras visiones que advierten que, en la práctica, esta promesa ha sido promovida por los intereses empresariales de la industria tecnológica para mejorar su participación en el mercado y obtener mayor rendimiento del negocio. Así, todo lo que envuelve a la oferta de los beneficios de ser parte de la sociedad de la información, con todo ese universalismo mesiánico que proclama conectar a todas las aldeas del planeta, todas las escuelas del mundo, llevar computadoras, cables y conectividad a todos los rincones del globo, colocar un teléfono móvil en cada oreja de cada uno de los ciudadanos, no sería más que estrategias globales de rentabilidad comercial. De hecho, las empresas que más dividendos obtienen a escala planetaria son aquellas cuyo rubro son las telecomunicaciones (Forbes, 2008). Algunos, incluso, van más allá y afirman que todo este espectáculo de buenas intenciones no es más que "un redireccionamiento de fondos de financiación de las agencias de cooperación, los organismos internacionales y los gobiernos hacia el sector privado y las escasas cinco o seis empresas globales capaces de efectuar semejante titánica tarea (...) Sin contar que la mayoría de los gobiernos se endeudarán a partir de créditos otorgados por los organismos internacionales, justamente, para informatizar la pobreza" (Busaniche, 2004:54).

Lo cierto es que por más que aumenten las tasas de penetración, el uso del móvil no es homogéneo ni estándar, siendo diferente, distinto y desigual entre ciertos colectivos de personas, y entre los propios individuos, ya que existen ciertas variables que impactan con mayor o menor intensidad en el tipo de uso posible, como por ejemplo: conocimientos, habilidades; tipo y lugar de acceso; experiencia; factores personales del usuario, y factores de contexto, como cultura, economía, políticas públicas o estrategias comerciales de los operadores de comunicaciones.

El primer paso del proceso para que una persona se convierta en usuario de la telefonía móvil, aunque suene reiterativo, es que conozca la existencia de



---

estos tipos de dispositivos. Esto puede parecer muy obvio, pero no lo es en segmentos empobrecidos en muchas partes del mundo. Una vez que se ha tenido la oportunidad de acceso, esto no asegura que sus usos y sus resultados serán iguales para todos. Es aquí donde entran en juego las estrategias por la apropiación y de las habilidades necesarias para utilizarlas, de tener el conocimiento para saber cuándo y cómo usarlas y de contar con la confianza suficiente para poder hacerlo (Thomas y Wyatt, 2000; Faulkner y Kleif, 2003; Bure, 2005). De no ser así, las diferencias serán el sustrato de la desigualdad digital, teniendo impacto directo en el proceso de inclusión social, en su componente digital, ya que quedarán patentes las distintas fracciones entre quienes tienen acceso y los que no tienen; entre los conectados y quienes no; entre los que manejan el lenguaje audiovisual y quienes no; entre quienes acceden a la información estratégica o quienes acceden a la información de reproducción social, entre quienes no tienen habilidades y quienes si tienen habilidades cognitivas o técnicas.

Para muchos, el actual entramado tecnológico y su relación con los sujetos constituyen un escenario positivo, ya que las nuevas tecnologías funcionan como nuevos "puentes", capaces de superar la tradicional forma de exclusión y desigualdad, refiriéndose a las nuevas tecnologías como vehículo habilitado para llevar a cabo mayor justicia social. Las redes digitales tienen en sí el potencial para ensanchar y mejorar el acceso a la información y comunicación para las remotas áreas rurales y mejorar los problemas endémicos de pobreza en el mundo en vías de desarrollo (ITU, 2008).

Algunas experiencias, en países como Jamaica, Ghana, Rwanda y Filipinas (Horst y Miller, 2006; Slater y Kwami, 2005; Donner, 2005 y Pertierra et al., 2002, citados en Ureta, 2008) son un ejemplo para observar que los significados y los tipos de usos de los teléfonos móviles, en estas poblaciones, no siguen las mismas tendencias que en el mundo desarrollado, ya que para estos países del sur, la telefonía móvil es parte de una estrategia mayor que busca mejorar el bienestar y desarrollo social de sus habitantes. Así los constatan algunos estudios, como el "Wireless Technology for social change: Mobile use by NGOs" (United Nations Foundation y Vodafone Group Foundation, 2008) en el que se

detallan actuaciones en donde la telefonía móvil resulta ser un instrumento eficaz en la proporción de servicios de salud pública (Sudáfrica, Uganda, Kenya); o en la asistencia humanitaria para refugiados (Siria), en situaciones de emergencia (Perú, Indonesia) o en la prevención de situaciones de violencia (Kenya); o bien en la conservación del medio ambiente (Argentina, Ghana, Sudáfrica). Algo que para nosotros puede ser normal, como una radiografía u obtener información acerca del SIDA, se vuelve una tarea imposible en algunas zonas del planeta. A estos casos, hay que sumarles otros tantos casos que ejemplifican las distintas estrategias relativas a la adopción de la telefonía móvil, como son los modelos de acceso compartido (África) o los teléfonos móviles públicos (Grameen Village Phone, Bangladesh y Uganda), o el acceso local inalámbrico (India), venta de tiempo de conversación o un Banco donde la moneda es el tiempo de conexión (Sudáfrica) o la prestación de terminales móviles donde las personas portan cada uno su tarjeta SIM, (Subscriber Identity Modulo) (Ghana) (Castells, et al. 2007; mobileactive.org).

Es un hecho que la telefonía móvil está permitiendo mejorar la calidad de vida de las personas, el móvil puede cooperar para que la gente tenga una vida decente, permitiendo estrechar los lazos familiares y de amistad, uniendo a las personas y mejorando la organización de la vida social.

Estas tendencias que involucran la participación activa de los grupos más vulnerables de una sociedad por apropiarse de la telefonía móvil es absolutamente meritorio, sobretudo si pensamos que el teléfono móvil fue diseñado principalmente para el negocio y los propósitos profesionales, siendo inicialmente un dispositivo de comunicación bastante exclusivo, restringido y elitista, principalmente usado por hombres trabajadores y para fines instrumentales y prácticos (Roos, 1993). El tipo "ideal" de usuario estaba lejos de incluir a los sectores bajos, mujeres, campesinos y jóvenes. Un estudio de 1996, por ejemplo, indicaba que sólo el 14% de los usuarios europeos usaban el móvil para sostener conversaciones personales e íntimas (Fortunati, 2002: 51). Hoy, las estrategias de comercialización confían en los segmentos femeninos y en la diversidad de usos de la franja de edad más jóvenes. De hecho, en España, el 64.7% de los niños entre 10 a 15 años tienen un móvil (INE, 2008).

Las nuevas tecnologías suelen ostentar de una legitimada impunidad. Paradójicamente, casi nadie osa criticarlas, ni plantear la cuestión de si, por una parte, merecen este sitio en el espacio social y, por la otra, si significan un verdadero progreso. Para muchos, el número de ordenadores conectados a Internet y el número de móviles por metro cuadrado parecen ser los indicadores más precisos para medir el grado de desarrollo de un país, "incluso la de su grado de inteligencia" (Wolton, 2000:94). Aún más, "la gente puede enamorarse de lo tecnológicamente ingenioso, o incluso de lo meramente novedoso y, puede olvidar la importancia de valorar racionalmente el costo y los méritos de los dispositivos tecnológicos en cuestión" (Graham, 2001:51).

Ritzer (2007), por ejemplo, habla de la "globalización", para "describir el proceso que es regido por imperativos de crecimiento (por ejemplo, la necesidad de incrementar ventas y utilidades de un año al próximo con el fin de mantener los precios y las acciones altas y en crecimiento) que lleva a naciones y organizaciones a expandirse globalmente y a imponerse sobre lo local" (ídem, 2007:18). O a lo que Galbraith (1967) llamó la "etapa invertida", ya no es el consumidor que da señales al ritmo de la producción a través de sus gastos, sino el productor que organiza, para producir, el deseo por consumir.

Esto es cierto, y es un asunto crucial observarlo con especial atención. Sólo un ejemplo, en febrero del 2008 se realizó en Barcelona el "Mobile World Congreso", un acontecimiento global de la industria de la telefonía móvil. Una cita que congrega a 55.000 visitantes, con la presencia de 1300 empresas, entre grandes y pequeñas, de 191 países, repartidos en 150 stands, donde era posible ver desde las tecnologías más tradicionales, a las que todavía están en fase de investigación, pasando por centenares de aplicaciones que están preparadas para ser lanzadas al mercado.

La industria necesita de más mercados, ya que algunos están penetrados a un 100% y las estrategias de sustitución tienen un margen limitado. China, India, África y América Latina sean bienvenidas. Donde exista un sujeto ahí estará la "oferta". Ni el campo, ni la montaña, ni la costa son obstáculos. Campesinos,

obreros, dueñas de casa y niños son invitados a darse de alta. El negocio les llama "mercado emergente". ¿Pero dónde se concentra la oferta? De las 1300 empresas presentes en Barcelona, 208 eran de Estados Unidos; el Reino Unido estaba presente con 188 compañías; Francia con 147 y Alemania con 111. La quinta más alta representación era para Israel con 88 empresas, superando a España con 78 empresas (37 Catalanas); Suecia con 49; Canadá con 36; Finlandia con 33, entre las más numerosas. Es decir, entre Europa y Norte América se concentraba el 80% de la oferta de esta feria internacional. Los países asiáticos tenían una participación moderada: Corea con 29 compañías; China con 20 empresas; Singapur con 11 y Japón con 8. ¿Pero había alguna oferta que proviniese desde estos nuevos mercados emergentes del sur del mundo? Prácticamente no, América Latina tuvo 2 representantes y África tan sólo contó con un representante: "Computamaps", una empresa sudafricana especializada en bases de datos geoespaciales, detección remota, fotogrametría, sistemas de georreferenciación y el desarrollo de software relativos. Los países en vías de desarrollo son sólo demanda.

Entonces, es perfectamente posible dudar de la noble intención de conseguir mayores tasas de penetración global, ya que también se podría estar dando un consciente modelo de aculturación que se gesta a partir de la contundente penetración del teléfono móvil en el mundo, apelando a un "universalismo, que no tiene límites, como un fenómeno técnico que afecta a todas las culturas en todos los lugares" (Ellul, 1990:11). Hay una lógica del negocio que impone un único modelo sobre el tipo de contenidos y servicios que deben ser distribuidos y comercializados a través de los dispositivos móviles, sobre todo cuando tres marcas de Terminales se reparten el 80% del total de suscriptores en el mundo (Gartner, 2008). En África, las compañías operadoras distribuyen un tipo de contenidos elaborados en los países europeos y en Norteamérica, los que están pensados hacia un usuario ideal que tiene un particular estilo de vida, como son los "teenegers", entonces ¿esto no es una nueva forma de colonización cultural? La verdad que no tiene nada de nuevo, el dispositivo móvil no cambia las relaciones de dependencia, se reproduce la desigual distribución de lo existente. La imposición es la misma, solo que ahora se agrega la telefonía móvil.

Por lo tanto, un desafío clave de los países en desarrollo, y de todos los países en general, dada la presencia del móvil y por el despliegue de las redes digitales, es contar con una industria de contenidos audiovisuales. Puede ser que no logren desarrollar una industria tecnológica para elaborar dispositivos, pero no pueden pasar por alto la oportunidad de elaborar sus propios contenidos, como un asunto estratégico en el ámbito de la identidad y la cultura, y como un factor clave para que los ciudadanos accedan a servicios socialmente necesarios.

## **EL TELEFONO MÓVIL Y LAS PERSONAS MAYORES**

Dada la alta tasa de penetración y difusión de la telefonía móvil, por la magnitud del negocio y por los recursos que mueve la industria, resulta inaceptable excluir a ciertos colectivos de los cambios que experimenta nuestra sociedad, a propósito de la irrupción y presencia de este tipo de tecnología.

En general, las personas mayores suelen ser marginadas, ya que recae sobre ellos una interpretación que sentencia que quienes pertenecen a este colectivo son reacios a adoptar las nuevas TICs; o que están poco familiarizados con los nuevos dispositivos y que más bien hacen una infrutilización de sus usos. También se suele escuchar que las personas mayores tienden a ser incapaces de hacer corresponder sus necesidades de comunicación con los nuevos medios de interacción; o que el teléfono móvil puede ser un artefacto técnico difícil de dominar y que pudiera inducir a una cierta ruptura con los tradicionales hábitos de uso (Lobet Maris, 2004). Toda esta serie concatenada de sentencias suceden al mismo tiempo en que el teléfono móvil se convierte en parte integral del estilo de vida de la mayoría de los ciudadanos.

Por el contrario, más que proseguir con suposiciones y estereotipos, la telefonía móvil debiera representar el reto de la integración efectiva de las personas

---

mayores en un entorno social que está en constante evolución. Todavía más, teniendo en cuenta que vivimos en una sociedad que se envejece a un ritmo acelerado. Por ejemplo, en la Unión Europea de los 494 millones de habitantes, el 17% son mayores de 65 años (Eurostat, 2007), siendo la franja de edad que más se incrementará en los próximos 10 años (Eurostat, 2008); en una región donde los mayores de 80 años representan el 6.3% de la población y donde la esperanza de vida llega a los 82 años (Eurostat, 2008). En el caso de España, el 16.7%, de su población es mayor de 65 años y en Cataluña el 21.9% es mayor de 60 años, siendo el 56.8% mujeres y el 43.4% hombres (Idescat, 2008); a su vez, el tercio de la población de Barcelona es mayor de 65 años (Idescat, 2007).

Quizás contra todo pronóstico, no deja de ser significativo que el móvil tenga la mitad de penetración entre la población de 65 años. Esto nos indica que comienzan a ser adoptado por las personas de más edad, muy por delante del uso del ordenador, de Internet, del envío de email y de comprar a través de la red (IMSERSO, CSIC, 2007). Incluso teniendo en cuenta que para muchos mayores su utilización conlleva problemas ergonómicos, de funcionalidad y de valor de uso, en muchos casos insalvables, y que condicionan su convencimiento.

La clasificación de la edad es una característica de la sociedad moderna (Hagestad y Uhlenberg, 2005). Breton y Conte afirmaban que el diseño de las TICs se caracterizan por una ideología de la juventud (Conte, 2001; citado en Lobet Maris, 2004). Wolton se preguntaba ¿por qué las nuevas tecnologías de comunicación gustan tanto? Fundamentalmente –responde– porque para los “jóvenes está implícita la idea de apertura, el rechazo a la omnipresencia de los medios de comunicación de masas, la atracción por la modernidad, por nuevas solidaridades sociales. La variedad de estas motivaciones ilustra el hecho de que estas nuevas tecnologías no tengan una misión puramente técnica; sino que, en conjunto, tratan de modificar las relaciones sociales y humanas” (2000:93-95).

Precisamente, estas interpretaciones podrían operar en detrimento de la adopción de ciertas tecnologías, algunas excesivamente sofisticadas, por parte de las personas mayores. A mayor escala, las personas mayores -, así como otras categorías de consumidores - están excluidos de la construcción del imaginario de la sociedad de la información (Breton, 1999) y de una sociedad en movimiento (Ureta, 2008), de un movimiento espacial, con respecto al trabajo, los estudios, las amistades y la familia (Bellah et al. 1988; Prost 1991).

Según Rogers (1965), principalmente los medios de comunicación influyen en la primera etapa del proceso de adopción: la información y el conocimiento de la existencia de una innovación, mientras que las relaciones interpersonales principalmente entran en juego en la etapa posterior de la persuasión (Lobet Maris, 2004). Sin embargo, esta dicotomía, en el actual contexto, pierde valor, ya que hoy ambos factores están influenciados por un fenómeno más amplio: la presión social por abrazar la modernidad, que es ejercida a través de estos dos canales (Eve y Smoreda, 2001; Fortunati, 2004, Lobet Maris, 2004).

Hoy es más evidente el peso de las normas sociales, las que articulan un discurso implícito que asocia a las TICs con modernidad (Breton, 1999) y el uso de la telefonía móvil con ser moderno, actual, vigente y estar a la moda (Fortunati, 2004). Perseguir la actualización continua: El hombre no es el portador de necesidades, sino que las necesidades se recrean según el hilo de la actualización. Los objetos se descatalogan en poco espacio de tiempo, salen de la vitrina, obligando a los consumidores al régimen de la moda modular y adaptar las necesidades al suministro que el sector desea entregar. La moda entrega la actualización necesaria para estar vigente, la adaptación incesante a los cambios. Se propone una relación de uso más corta con los objetos obligados al ojo seductor de la novedad (Fortunati, 2004).

Al mismo tiempo, este tipo de presión social puede tener el efecto contrario. Es decir, puede instalarse una actitud de rechazo ante estas tecnologías, precisamente por los valores que están implícitos en su uso (juventud, velocidad, competencia, la pérdida de sentido y lo furtivo de los vínculos

---

sociales, etc.), pero es ahí donde el adulto mayor deberá evaluar el costo que tendrá que pagar por “desactualizarse”, o si merece la pena invertir energías y recursos para tratar de mantenerse vigente.

El usuario adulto mayor se mueve entre la apropiación individual y la adopción social con bastante dificultad, incluso más que cualquier otro usuario. Primero, tiene que hacer toda una construcción personal sobre el objeto, proyectarlo e imaginarlo. Luego, representarlo, en tanto la complejidad del objeto y la adecuación de éste a sus necesidades, es decir, debe crear y recrear la idea de integrar el objeto en su vida cotidiana (Haddon, 2003; Lobet Maris, 2004). Además de vivir la experiencia de su uso y de los significados individuales y sociales que se explicitan en esta relación.

Para muchos, las personas mayores serían “buenos” usuarios si se encontrasen ante una tecnología y ciertos tipos de dispositivos que mostrasen una fácil amabilidad de uso. La industria ha tratado de penetrar en esta franja de edad con dispositivos orientados a facilitar la manipulación del objeto, no sobre sus expectativas, motivaciones y satisfacciones, sino más bien a través de una interpretación estática y reducida de su desempeño social. Es en este tipo de asuntos donde es posible observar la tensión entre lo que se espera de ellos y lo que hacen; entre la visión que ellos tienen de sí mismos y la pertinencia de su cotidianeidad con la vida social. Así, por ejemplo, el primer operador de telefonía móvil de Japón, Docomo, lanzó al mercado el *raku-raku* “fácil-fácil”, con un teclado más grande y una pantalla de fácil lectura, especialmente diseñada para la gente mayor. Vodafone, por ejemplo, lanzó un aparato similar denominado “Vodafone Simply”, en varios países europeos, entre ellos España y el Reino Unido (Castells et al. 2006:73). La estrategia de Vodafone para vender este móvil entre el colectivo de personas mayores era con el mensaje *“ha llegado un teléfono que promete mejorar la calidad de vida y de comunicación de las personas de avanzada edad, gracias a la sencillez de uso, facilidad de visualización y, lo más importante, brindándole mayor seguridad”*. ¿Pero los adultos mayores necesitan dispositivos diferenciados?, ¿se les seguirá incluyendo en el mismo nivel que la discapacidad?, ¿necesitan más tecnologías o más servicios?



---

¿El abuelo no tiene quien le llame? Se suele percibir a las personas de edad avanzada con una reducida red de contactos, más aisladas que integradas, teniendo un círculo muy pequeño de perfiles incluidos en el directorio de su teléfono móvil. Además, se asocia el uso de este dispositivo a propósitos de seguridad o de emergencia y no otorgándole mayor valor en términos del papel que puede desempeñar en sus vidas. Con todo este imaginario ¿cómo se espera que el teléfono móvil impacte positivamente en su autonomía e independencia? El abuelo no sólo no tiene quien le llame, sino que no tiene a quién llamar. Quizás no dependerá del tamaño de la red de vínculos disponibles, ni de las personas incluidas en el directorio del móvil, sino que del papel particular que cada adulto mayor cumpla en el acto comunicativo entre sus vínculos, independiente del tamaño de la red.

Los adultos mayores también tienen la opción de elegir a quien incluir y a quien no en su agenda telefónica. También pueden ser agentes dinamizadores y activos de la comunicación. Si no le es ajena la telefonía fija, por qué tendría que serlo la móvil. Para las personas mayores, el teléfono fijo es, en efecto, una parte integrante de la vida. Según Haddon y Silverstone, el teléfono fijo es un enlace a la interacción local (Haddon y Silverstone 1996; Wellman y Hall, 1986). Con la telefonía tradicional se convocan formas rituales, tanto en el desplazamiento estético que ocupa el aparato en el hogar, como en la liturgia que implican ciertos usos. Por ejemplo, quedar un día específico de la semana para llamar a los hijos que están en el extranjero. "Si bien pueden no ser los más activos usuarios, la telefonía fija es uno de los canales por los que la familia y las relaciones sociales se mantienen" (Ling, 2002: 22).

Quizás la diferencia esté en que la telefonía móvil implica más solidaridades, tanto de las personas mayores, pero más de las otras generaciones hacia ellos. Pareciera que cada día gustase menos hablar con los viejos. Más bien, la comunicación suele producirse como una suerte de cortesía.

Entonces, ¿para quién es útil que una persona mayor posea un teléfono móvil? Un número importante de las personas mayores que portan un móvil, éste ha sido regalado, comprado o prestado por sus hijos o hijas, en su mayoría luego

---

que éstos han sustituido su viejo aparato por un nuevo modelo con prestaciones superiores. ¿Pero ese obsequio a quién beneficia, a los mayores o a los hijos? ¿A quién le está resolviendo el problema?

Por otra parte, dicen que el teléfono móvil nos libera, siendo un artefacto que facilita el control de nuestros destinos y la organización de acontecimientos prácticos de la vida cotidiana (Katz y Aakhus, et. al. 2002), pero a la vez permite dejar el control de nuestro día a día en manos de otros, con lo que aumenta el acceso que los demás tienen a la vida y a la intimidad de las personas. "El control que hacen las familias, por eso tanto móvil regalado por los maridos a las esposas y de los padres a sus hijos, y la posibilidad que tu jefe te llame a las 11 de la noche para encargarte un trabajo de urgencia" (García Canclini, 2007:60) ¿Los mayores controlan o son controlados? ¿Luego de adoptar el móvil se sienten con mayor libertad o más angustiados?

Los teléfonos móviles se están convirtiendo en una de las principales tecnologías de conectividad (Fortunati y Manganeli, 2002; Bure, 2005), pero no existe una discusión que aborde las implicancias de la telefonía móvil con la desigualdad digital, la que sigue centrada en Internet. De todos modos, si tomamos los asuntos propios de la desigualdad digital en Internet, vemos que las personas mayores no lo tienen tan fácil. En España, la "brecha digital más gorda y resistente sigue siendo la de la edad" (redes.es, 2008, perfil sociodemográfico de los internautas trazado a partir de los datos del INE 2007). "Hay generaciones que van a seguir descolgadas. A pesar de los programas de alfabetización digital, es difícil que ciertos grupos de la población de mayores se incorporen al uso de estas herramientas. Es un problema de hábito a lo tecnológico y de interés. Quizá las personas en esta franja de edad tienen otros intereses" (Observatorio Red.es. 2008).

Cuando analizamos el amplio despliegue de usos que las personas hacen del móvil, vemos que generaciones completas de adolescentes y niños "han nacido con el teléfono móvil bajo el brazo. Los que escriben mensajes de texto en décimas de segundo. Ven vídeos, escuchan música y utilizan Internet en sus Terminales", pero también hay "mucho gente que no sabe utilizar la agenda,

---

moverse por el menú, bloquear el teléfono o recordar el número" (El País, 15 de junio 2008). Este, eventualmente, podría ser el caso de muchos mayores que, cada vez más, utilizan los teléfonos móviles. Las múltiples funciones que ofrecen los Terminales los pueden abrumar, pero el hecho que pueda ser un problema o que su adopción sea tardía, en comparación con otros grupos, no quiere decir que su uso sea "ineficiente", sino que están empezando a vivir una nueva experiencia, y como cualquier nuevo episodio, lo están descubriendo y sopesando, dándole poco a poco un sentido para sus vidas.

Existe la tendencia, sobretodo cuando se dan a conocer los resultados de los estudios, por hacer ver que existe un grupo que hace un uso "correcto", "aceptable", "imaginativo", "de lo que la industria espera que se haga", en contraposición con otros cuyos usos son puestos como "limitados", "deficitarios", "infrautilizados": "No todos los encuestados hacen el mismo uso del teléfono. Los jóvenes se presentan como pioneros del uso de las nuevas funciones multimedia, mientras los mayores se limitan a hacer un uso más funcional del Terminal, limitado a las llamadas y los SMS. Los jóvenes, por su proximidad a las nuevas tecnologías han incorporado el móvil y la mayor parte de sus funciones a su día a día de una forma rápida y natural. Mientras, nuestros mayores, menos familiarizados con las nuevas tecnologías, necesitan de más ayuda para desenvolverse con menos dificultad" (The House Phone, Barómetro 6º, 2008: 7).

Para la mayoría de los jubilados de hoy, la tecnología no fue parte importante de su vida laboral (Haddon, 2003), más bien se ha situado más al borde que en el centro de sus historias de vidas particulares. La comunicación móvil se presentó bastante tarde en su espacio social, en contraposición con otros segmentos etéreos que "dependen" de este dispositivo para hacer el día a día. Pero, esto es más bien digno de elogios, pues ya bastante dependencia tienen en sus vidas, para además sujetar parte de su cotidianeidad a un aparato técnico, pero aún así, son capaces de incorporarlo en sus rutinas y de crear formas complementarias de comunicación. ¿Entonces, quién hace un verdadero uso eficiente del móvil?

## **LAS PERSONAS MAYORES Y UNA SOCIEDAD PARA TODOS**

Asimetrías de poder y la desigualdad digital global. No es lo mismo hablar de inequidades digitales en Nueva York, Angola, Guinea Ecuatorial, Hong Kong, Sudán, Liberia o Haití, o entre distintos barrios de una misma ciudad.

Las cifras son categóricas. Por ejemplo, en África Subsahariana, están 28 de los 31 países con peor Índice de Desarrollo Humano y es la única región donde ha disminuido la esperanza de vida desde 1990 (IDH, PNUD, 2006). La esperanza de vida en Japón es de 82 años, en Canadá de 80 años, mientras que en Níger es de 42 años y en Zambia es de 33 años. En España es de 79.6 años (INE, 2007), en Cataluña la media es de 80.5 años y en Barcelona la esperanza de vida ha aumentado en 3 años en la última década (IDESCAT, 2008).

Así, tampoco es de extrañar que la mayor concentración de teléfonos móviles se encuentre en las naciones de mayores ingresos. 58 naciones concentran 935 millones de móviles en el año 2006, una media de penetración por cada país de 100.8 móviles por cada 100 personas (Donner, 2007). En otras naciones, pobres y con una alta densidad demográfica, como India, Pakistán, Bangladesh, Nigeria y Vietnam, tienen 329 millones de móviles, una media de concentración de 7.5 móviles por cada 100 personas. En estos últimos países, también la propiedad del teléfono móvil se concentra entre los residentes de las zonas urbanas (Donner, 2007).

Tal como dice Anne-Marie Slaughter (2004) parece que la estructura mundial se ha construido de tal forma que inevitablemente existan privilegiados, condición que también tendría su expresión en el mundo digital, mientras el resto estará marginado, no sólo de la esfera digital, sino que de todo lo que implique su relación con el entorno. Una de las más importantes razones por la cual la gente no tiene un mayor acceso a las nuevas tecnologías es porque son pobres, la misma razón por la que no tienen agua, educación, salud, electricidad, vivienda y transporte adecuado.

---

La pregunta es si esa realidad que vemos tan distante no es también parte de nuestra cotidianeidad, que la tenemos enfrente de nuestros ojos y que preferimos pasar por alto. Grandes ciudades desarrolladas, como Barcelona, también tienen "intraperiferias", "la gran ciudad reúne todas las contradicciones y conflictos del planeta" (Augé, 2008: 30), barreras y fronteras entre quienes son miembros de la red de globalización tecnológica de los demás. "Hoy en día, ya no se pueden analizar las ciudades más importantes sin tener en cuenta los equipamientos tecnológicos que las conectan a la red mundial de comunicación y de circulación, de las que dependen" (Augé, 2008:33).

"La Barcelona Fashion, la que está de moda –o más bien que es una moda (...) ciudad-fábrica, urbe convertida en enorme cadena de producción de sueños y simulacros, que hace de su propia mentira su principal industria (...) detrás de ese modelo de Barcelona-espectáculo, está esa Barcelona modelo de cómo se administra hoy la ciudad tardocapitalista, ocultando el reverso oscuro de la grandilocuencia oficial. Y ahí están los desahucios masivos, la destrucción de barrios enteros que se han considerado obsoletos, el aumento de los niveles de miseria y de exclusión, las batidas policiales contra inmigrantes sin papeles, la represión contra los ingobernables(...)Contrastando con todas las deslumbrantes escenografías destinadas a un público concebido al mismo tiempo como espectador y como figurante, todas las complicidades vergonzantes, todos los fracasos infraestructurales, todos los exudados en forma de marginalidad que no se han logrado exiliar en la periferia" (Delgado, 2007: 14).

Si usted escuchara que en una ciudad, 16.000 personas mayores carecen de lavabo, 6.600 no tienen agua corriente o alcantarillado y más de 8.600 residen en edificios en ruinas, pensaría que se trata de algún país del sur. Pero no, estos son datos de la situación del adulto mayor en Cataluña (Obra Social "La Caixa", 2005).

Las personas mayores en Cataluña viven en hogares más antiguos, deficientes, menos accesibles y peor equipados que el resto de la población. Así también,

---

desde hace unos años se observa una progresiva feminización de la vejez y la pobreza en Cataluña, en que las pensiones de mujeres son un 35% más baja que las de los hombres. Tres de cada cuatro hogares que acogen personas mayores no presenta las condiciones mínimas de accesibilidad. Un tercio sufre algún tipo de discapacidad que limita su movilidad, el 75% de ellos vive en edificaciones no accesibles y un 60% reside en viviendas sin ascensor (Obra Social "La Caixa", 2005).

En Cataluña, según diferentes estudios (La Caixa, INE, IDESCAT, Cruz Roja), el número de hogares que vive en situación de pobreza supera los 300.000, de los cuales casi el 60% (180.000 hogares) tiene como sustentador principal a una persona de más de 65 años. De estos hogares, 105.000 son hogares con un sólo adulto sin nadie a su cargo, siendo el 90% compuesto por mujeres mayores. La proporción de la pobreza aumenta proporcionalmente con la edad y llega a su valor máximo (un 50,4%) en el grupo de población con edades superiores a los 84 años (CaixaCatalunya, Informe inclusión social, 2008).

A pesar de que los mayores catalanes viven en viviendas más antiguas, y con mayores carencias que el resto de la población, sorprende que el grado de satisfacción del colectivo respecto a su situación sea casi siempre superior al del conjunto de la población. Bosch i Meda (2005) achaca este hecho a lo que denomina "mudez social de la vejez", una combinación de conformismo, resignación y falta de representación social.

En España, 1 de cada 3 mayores de 65 años tienen ingresos inferiores o iguales a los 6.000 euros al año (CaixaCatalunya, 2008). Actualmente en Cataluña, cerca del 21% de los ciudadanos viven por debajo del umbral de la pobreza. Esto es, que uno de cada cinco catalanes no llega a los ingresos mínimos para subsistir, es decir, están en riesgo de ingresar menos de 540 euros netos al mes. Mujeres, inmigrantes y jubilados, los que más riesgo tienen (IDESCAT, 2007; Consejo de Trabajo Económico y Social de Cataluña (CTESC), 2007).

En términos de pobreza dinámica, las personas mayores son los que tienen más problemas de pobreza persistente. Prácticamente el 35% de los pobres

---

persistentes en Cataluña, entre el 2003-2004, es una persona de más de 65 años. Se desprende del estudio longitudinal realizado por Ayllón y Ramos a partir del Panel de Desigualdad Social en Cataluña, tercera y cuarta oleada (PaD, 2008), que el 40% de las personas mayores en Cataluña ha estado en la pobreza al menos uno de los dos años analizados (2003-2004) y más de la mitad, lo han estado en los dos años consecutivamente. "Estos resultados nos permiten afirmar que la pobreza es una situación experimentada de forma habitual por un porcentaje muy elevado de personas mayores en Cataluña, la mayoría de los cuales ven como ésta persiste" (Ayllón y Ramos, 2008:58).

En la ciudad de Barcelona viven 336.241 mayores de 65 años, el 20.5% de la población, 38.9% hombres y 61.1% mujeres; y el número de personas mayores de 75 años superará en breve, por primera vez, al comprendido entre los 65 y los 74 años (Departamento de Estadísticas Ayuntamiento BCN, 2007). De ellos, un 22.2% dispone de entre 240 y 375 euros para pasar el mes, lo que representa la mitad de la pensión media que se registra en Barcelona, que es de 728.93 euros. Pero aún existe un porcentaje de personas mayores, un 6.2% de los jubilados, con un elevado riesgo de exclusión vinculado a la pobreza, que viven con menos de 240 euros al mes (Patronat Municipal de l'Habitatge, 2005).

"Vivir más años no puede ser nunca un problema. El problema es la pobreza y la desigualdad" (Riera, 2005:23). Se nos ha inculcado el fatalismo de que el envejecimiento lleva a la decadencia. Siguen pesando los estereotipos sobre la vejez y tendemos a proyectar los efectos del envejecimiento individual a la sociedad, apoyados por concepciones reduccionistas y deterministas, las cosas son así porque siempre han sido así y cualquier cambio es "antinatural". Si las personas viejas son conservadoras, enfermas, inflexibles, incapaces de adaptarse y aprender, la sociedad envejecida tendrá también esas características. Curioso, porque los países más envejecidos, como Alemania, Suecia o Dinamarca, tienen los índices más altos de competitividad (Riera, 2005).

---

Los avances tecnológicos, de los sistemas informáticos, las telecomunicaciones y los avances biogenéticos, están impulsando una mayor interdependencia económica, social y cultural, de ahí que si las personas no se integran en este circuito quedan excluidos de sus posibles beneficios. El problema real no es el número de personas mayores sino la incapacidad para entender los cambios que se están produciendo y cómo debemos abordar esta innegable mejora en nuestras condiciones y expectativas de vida para que estos cambios se produzcan en beneficio de todos (Riera, 2005).

Las divisiones por edad impactan negativamente en las percepciones sobre lo que una persona mayor pueda hacer con las nuevas tecnologías. Pero lo que está detrás es el sistema que excluye y margina a una parte de la población que no cumple con los requisitos de idoneidad para sus intereses. Los mayores, independiente de su edad, pueden desarrollar sus capacidades, su autonomía, sus relaciones con los demás y sus proyectos. Es entonces, perfectamente posible que sea el propio adulto mayor, en su condición de usuario de la telefonía móvil, quien tome la decisión de adoptar la comunicación móvil, aplicar el o los tipos de usos más convenientes, no para los demás, sino que en función de sus propias necesidades y expectativas, incluso más allá de los variables que estarían condicionando una eventual situación de marginación social.

## **EL TELÉFONO MÓVIL COMO VÍNCULO INCLUYENTE**

La telefonía móvil obedece a un modelo de comunicación en que el usuario y el objeto se encuentran en la experiencia del movimiento, elaborando una ruta que transita tanto en el espacio privado como en la esfera pública, que se elabora a propósito de las intenciones de las interacciones y con la posibilidad de vincularse con otros, haciendo paradas instrumentales o expresivas en ciertos contactos de la red disponible.



Sabemos que un mismo objeto puede transformarse a través de los usos y reapropiaciones sociales. A los objetos se les pueden asignar funciones distintas de aquellas para las cuales se fabricaron. Los objetos no pierden significado, sino que se transforman, se reinterpretan. "Vemos lo que culturalmente conocemos, los objetos adquieren forma y significado en el momento en que nos interesamos por ellos o somos incapaces de discernir su significado, de lo contrario se sitúan fuera del paradigma de la visibilidad" (Català, 2005:363). Un objeto se resignifica cuando se inserta en nuevas relaciones sociales y simbólicas. No existe un uso más legítimo que otro, cada grupo social cambia la significación y los usos, es decir, "estamos hablando de circulación de bienes y mensajes, cambios de significado, del pasaje de una instancia a otra, de un grupo a varios" (García Canclini, 2004: 35). Primero Marx y luego Baudrillard ya lo indicaban, además del "valor de uso" (para qué sirve) y del "valor de cambio" (su precio en el mercado); existe en un nivel connotativo, el "valor signo" (las asociaciones que le agregan otros valores distintos al de uso) y el "valor símbolo" (vinculado a rituales, que le confieren al objeto un sentido distinto).

El valor simbólico de poseer un teléfono móvil puede tener un peso mayor en la vida de los adultos mayores, pues es en su posesión y en su uso donde, posiblemente, se juega el signo de ser un objeto incluyente. Es de algún modo, una forma de declarar que las personas mayores tienen un lugar en este horizonte global de la cultura del consumo. En el caso contrario, también puede ser, que las personas mayores que aún no adoptan o rechazan el uso del móvil lo hagan, además de las posibles variables económicas y sociales que les estaría impactando en su decisión, porque interpretan que este objeto representa el ritmo intimidante de la sociedad de hoy, y de la que no quieren ni se sienten parte.

Siguiendo a García Canclini (2004) esta clase de valor (signo/simbólico) se refiere a la cultura, a los procesos de significación. ¿Cuál es la relación entre el sentido y la apropiación que hace que un usuario llegue a adoptar un dispositivo de comunicación móvil? Además, en un escenario de desigualdad, en su dimensión digital, ¿cómo los usuarios le asignan al móvil un valor positivo,

integrador, incluyente? ¿Cómo son capaces de reinterpretar su posición en la sociedad de la información mediante la adopción de un dispositivo que está a su alcance, que cumplen con la satisfacción de las necesidades y que les permiten construir un imaginario simbólico que los sitúa dentro del espacio social? Es decir, como transitan desde el imaginario que los sitúa en el aislamiento y en la pasividad hacia otro de conectados y en movimiento, teniendo al móvil como instrumento de tránsito, que permite cruzar fronteras y trazar nuevas trayectorias.

La ilusión de un espacio de movilidad, la libertad de movimiento, que ofrece la comunicación móvil, es un espacio controvertido (Ureta, 2008). No deja de llamar la atención que el lugar donde más se accede y se use el teléfono móvil sea el hogar (49%), muy por encima de los medios de transporte (35%) y la calle (25%) (Cocktail analysis, 2008). El uso del Terminal móvil también está sujeto al trastorno de la imagen de la "ciudad", una contradicción espacial que proclama la circulación abierta y expedita, pero llena de desigualdades y exclusiones que condicionan cualquier tipo de desplazamiento, obligando a muchos ciudadanos a no poder cruzar las fronteras, replegados en un único lugar, distante y oculto. La ciudad como "ilusión", "no existe en ninguna parte", hay una gran diferencia entre la ciudad que se percibe de la que se habita.

Una ilusión que también se construye según la visión que pretendemos instalar de nosotros ante los demás. A principios de los años noventa, en varios países de América del Sur, entre ellos Chile y Argentina, aparecieron los "celulares de palo". Debido al alto costo que implicaba adquirir un teléfono móvil, su consumo estaba restringido para quienes podían desembolsar una buena cantidad de dinero, pero como se trataba de un objeto que implicaba estar a la moda y así elevar el estatus, la gente compró teléfonos de madera, un juguete que recogía las atribuciones estéticas de los nuevos aparatos que se comercializaban entre las elites. La gente se paseaba por los hipermercados, los "malls" o centros comerciales –también de moda por esos años– y se ponían la réplica de madera en sus orejas y disimulaban como si estuviesen hablando, así el resto podía constatar lo moderno y lo "in" que eran.

---

Este acontecimiento, por muy burdo que aparezca, se sigue reproduciendo a través de nuevas superposiciones a la realidad. Hay personas dispuestas a crear estrategias de apariencia como vehículo de reconocimiento y de integración. Como quieren ser vistos y como el resto quiere verlos. El peso de la imagen es avasallador.

Los usuarios de telefonía móvil están dispuestos a practicar un “consumo sin uso”, adquirir el último modelo, hacer largas filas para inscribirse en una lista de espera para adquirir un Iphone, pasar por una tienda y preguntar si les ha llegado el Nokia 4G, dual, con sensores y con tarjeta de TV incorporada, aunque jamás lleguen a utilizar ni siquiera un 10% de todas las prestaciones contenidas. Otros practicarán el “sedentarismo móvil”, es decir, en su afán de ser vistos como sujetos que gozan de gran movilidad, hiperconectados, unos verdaderos “nómadas” (Deleuze y Guattari, 1987), capaces de desplazarse fácilmente entre distintos puntos de la ciudad, llevarán consigo ordenadores portátiles, Ipod, reproductores varios, PDA, tarjetas de memoria, cámaras de video, teléfonos móviles, bluckberry, smartphone, para demostrar lo modernos que pueden llegar a ser.

Todas estas estrategias son legítimas. Cada usuario diseña su propia táctica de integración, y los mayores también lo harán, ya que el costo por estar actualizado, a la moda y vigente es menor al que se debiera pagar por estar desactualizado y desfasado.

## OBJETIVOS

### GENERAL

Explorar los procesos de adopción y las consecuencias e implicaciones sociales que conlleva la apropiación y usos de la telefonía móvil en la vida cotidiana, entre usuarios mayores de sesenta y cinco años residentes en la ciudad de Barcelona.

### ESPECÍFICOS

1. Describir la manera en que las personas mayores adoptan y aprueban la utilización de la telefonía móvil en sus contextos particulares.
2. Describir el tipo de uso que hacen las personas mayores de la telefonía móvil.
3. Aportar elementos para comprender las implicancias de la comunicación móvil en la vida social de los mayores.
4. Conocer el sentido y los significados que los mayores le asignan a este tipo de dispositivo tecnológico.
5. Indagar sobre los modos y formas de apropiación del Terminal móvil y cómo influyen en este proceso las variables relacionadas con ingresos, educación, estado civil, edad y lugar de residencia.
6. Observar las consecuencias sociales que se desprenden de la adopción de la telefonía móvil y su impacto en la dinámica cotidiana.
7. Explorar si el uso de la telefonía móvil facilita la inclusión de este colectivo en la vida social.
8. Interpretar si las transformaciones y la diversificación funcional del dispositivo móvil a través de nuevas aplicaciones, servicios y contenidos influyen positivamente en la vida cotidiana de los mayores.

9. Indagar sobre las representaciones que realizan de la telefonía móvil las personas mayores que no son usuarios y de aquellos que han dejado de serlo.

## **ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

Por ser un campo lo suficientemente amplio, esta investigación, en particular, se plantea desarrollar un estudio exploratorio y descriptivo sobre aquellos motivos, factores, variables, circunstancias y situaciones que operan (o que estarían operando) en las personas mayores en su proceso de adopción y en las consecuencias que implica el uso de la telefonía móvil en la vida diaria. Asimismo, el desafío interpretativo pasa por comprender el sentido y los significados que tiene esta tecnología en sus rutinas cotidianas, en su estructura de necesidades y en sus relaciones sociales.

Si hablamos de paradigmas, siguiendo las referencias tradicionales, nos situamos desde un marco cualitativo-interpretativo. Una aproximación para observar, describir, comprender y descubrir las experiencias vividas por los usuarios, tal como ellos la sienten y expresan. Es decir, teniendo en cuenta que son los partícipes de una situación quienes están capacitados para identificar y definir los elementos más relevantes de ella.

En consecuencia, los fenómenos bajo estudio se asumen desde un proceso interpretativo, en orden a “observar la realidad”, en términos de los significados y sentidos que los propios usuarios le adscriben. Asimismo, el trabajo de campo se desarrollará en diferentes contextos y situaciones. Esto es, en lugares y circunstancias donde transcurre la vida cotidiana de los usuarios, y en los espacios en las cuales se desarrolla su experiencia y en sus propios tiempos.

La estrategia metodológica debe ser concordante con los objetivos que se plantean, con la naturaleza del objeto de estudio y con el marco teórico que se plantea para dar coherencia a la aproximación y a la interpretación. Sin

---

embargo, abordar las implicaciones que significa el uso del teléfono móvil conlleva dar por descontados ciertos presupuestos. Resulta complejo conceptualizar el objeto de estudio desde un único macro-proceso y desde un solo lugar. "No hay ninguna síntesis teórica gloriosa del capitalismo que pueda plasmarse en un libro y luego seguirla. Hay que encontrar el camino propio" (Solow, 1991, citado en Marcus, 2001: 6).

Como se desarrollará más adelante, la primera decisión teórica ha sido construir un marco recogiendo aquellos elementos que mejor nos permitiera situarnos y situar a nuestro objeto de estudio, para ello planteamos un "corpus" interdisciplinario, desde distintas disciplinas: la sociología, los estudios de comunicación, los estudios culturales, la antropología, los estudios de ciencia y tecnología que nos permitiera una estrategia de investigación que "reconociera los conceptos teóricos sobre lo macro y las narrativas sobre el sistema mundo, pero no depende de ellos para delinear la arquitectura contextual en la que están enmarcados los sujetos" (Marcus, 2001:8). Esta decisión trae, por consiguiente, un impacto en la estrategia, pues el objeto es móvil, transita por diferentes situaciones y contextos, adquiriendo distintas trayectorias, donde hay una circulación de significados en un tiempo-espacio difuso (Marcus, 2001).

La estrategia consiste en acompañar las conexiones, asociaciones y relaciones implícitas en las traducciones entre los sujetos y los objetos, en los sitios donde se producen, por lo que no habrá un contexto único, sino que los muchos que puedan ser habitados por los usuarios. Esta modalidad de construir el espacio de la investigación empleando el "seguir el sujeto" y "seguir el objeto", ha sido recogida del trabajo de Latour (1987 y 1988) quien coloca dentro del mismo plano o mapa de investigación a los objetos y sujetos.

Por lo tanto, la distinción principal de este trabajo es que el objeto de estudio es en una instancia móvil y múltiplemente situado, donde se experimentan yuxtaposiciones, se entra y sale, donde los significados, objetos e identidades circulan en diferentes tiempos y espacios.

---

Esta estrategia es la que se conoce como “etnografía multilocal” (Marcus, 2001) la que surge “como respuesta a retos empíricos en el mundo y, por tanto, a la transformación de los sitios de producción cultural. Seguir empíricamente el hilo conductor de los procesos culturales lleva a la etnografía multilocal” (Marcus, 2001:3).

Para dar cuenta de esta estrategia, consideramos que también deberíamos recurrir a un método que nos diera la suficiente flexibilidad y que nos permitiera un tratamiento de la evidencia en las mismas condiciones de cómo se produce su observación e interpretación, no como momentos distintos, sino que producidos al unísono. En particular apelamos a los argumentos que nos proporciona la “*Grounded Theory*” (Glaser y Strauss, 1967), ya que permite descubrir teorías, conceptos, hipótesis y proposiciones partiendo directamente de los datos, y no de supuestos a priori, de otras investigaciones o de marcos teóricos existentes (Anadón, M.J., 2003).

Esto es medular, pues al seguir las trayectorias, los datos, en tanto evidencias, también se desplazan, de ahí que se deba realizar una interpretación al mismo tiempo, no se pueden dejar para más tarde, pues en otro momento de la trayectoria surgirán nuevos datos que también deberán ser interpretados. Es en ese camino, donde el observador (también en movimiento) forma parte de la trayectoria, siendo necesario conceptualizar los datos, plantearse preguntas, ofrecer respuestas provisionales. En ocasiones, es presuntuoso definir a priori lo que es pertinente observar, por lo tanto, el movimiento de la mirada deberá complementarse con el análisis de los datos. En ese proceso, la recolección y el análisis de los datos van de la mano y se retroalimentan. En el análisis de los datos es donde el investigador pone en juego su destreza y su capacidad de detectar los elementos que tienen sentido y significado, como aquellos que no aportan en la construcción de un nuevo cuerpo. Llegados a ese punto depende del propio investigador desatar la búsqueda de temas, examinar los datos, leerlos repetidamente, siguiendo intuiciones, retomando temas emergentes, categorizar, identificar palabras y frases que los capten, comparando enunciados para encontrar el concepto que los une o los

---

diferencie, creando categorías y subcategorías, contraponiendo evidencias, entre otras relaciones posibles (Anadón, M.J., 2003).

En realidad es un error- en la investigación cualitativa- separar análisis de recolección de datos, dado que recolección y análisis marchan juntos. A medida que el investigador va entrevistando, observando, tomando notas de campo y transcribiendo sigue la pista de temas relevantes para su investigación y tanto en la lectura como en la relectura de sus notas desarrolla conceptos que le dan sentido a los datos (Cortazzo, I. y Schettini, P. 1997).

La opción cualitativa y el estudio de caso (Glaser y Strauss, 1967; Strauss y Corbin, 1998; Miles y Huberman, 1994; Yin, 2002) resultan ser adecuadas para abordar nuestro objeto de estudio, dado que el objetivo básico es comprender los significados de las trayectorias, mediante un esfuerzo continuo de estar leyendo los datos que se evidencian en el proceso (Glaser y Strauss, 1967; Strauss y Corbin, 1998).

Complementario a lo anterior, también hay una opción por la Triangulación de técnicas y fuentes para recoger los datos, como una forma de tener una aproximación lo más precisa posible. *Triangulación de datos* (recogidos en diferentes espacios) y *Triangulación de técnicas* (diferentes instrumentos). La primera supone el empleo de distintas estrategias de recogida de datos. Su objetivo es verificar las tendencias detectadas en un determinado momento de las observaciones, enfrentar la evidencia registrada según los distintos criterios de espacio-tiempo y niveles de análisis. La triangulación de datos en el espacio recurre a poblaciones heterogéneas para incrementar la variedad de las observaciones. De esta manera se evitan dificultades como el sesgo de las unidades de análisis. Desde un punto de vista general, la triangulación de fuentes de datos permite utilizar el mismo método para obtener la máxima ventaja teórica.

Uno de los elementos donde encuentra justificación la Triangulación es a través del proceso iterativo o recursivo, el que consiste en las repeticiones de un ciclo de análisis y recolección adicional de datos. El tiempo de



---

investigación se divide en diferentes bloques de recolección y diferentes bloques de análisis de datos, más la consideración consecuente de rondas posteriores de recolección de datos, en varios períodos de trabajo de campo.

Las técnicas que se emplearán para recoger los datos serán, la observación directa, grupos de discusión, entrevistas en profundidad y cuestionario. Además, de los instrumentos propios de la observación, como son los diarios de registro, diarios de notas y cuaderno de inferencias.

La unidad de análisis son los sujetos como portadores de un discurso social encargado de vehicular las percepciones, representaciones e interpretaciones entre la relación experiencia/uso/consumo de la telefonía móvil y su performance, lo que construye los significados y sentidos. **La Unidad de análisis de esta investigación corresponde al colectivo de personas usuarias de la telefonía móvil, mayores de 65 años residentes en la ciudad de Barcelona.**

Nuestro Marco Muestral está determinado fundamentalmente por las posibilidades operativas de acceder a una parte de este colectivo, para efectos de esta investigación, se consideró a los mayores de 65 años que participan activamente en organizaciones sociales, culturales y deportivas, entre ellas los Clubs San Jordi, de la Fundació Caixa Catalunya; el Club Atlètic Barceloneta; Casals de Mayores del Ayuntamiento de Barcelona y de otras instituciones privadas.

Para cumplir con los objetivos trazados en esta investigación, la muestra extraída será de tipo no probabilística, dirigida y de carácter intencionado, de personas mayores de 65 años que sean usuarios de la telefonía móvil. Además, se contempla incorporar a la muestra a no usuarios de telefonía móvil.

Este tipo de muestra es pertinente para esta investigación, ya que, por un lado, no se buscan "generalidades" ni "representatividad", sino que sean sujetos que concuerden con el planteamiento del problema. Además, por otro lado,

---

la muestra será compuesta por sujetos voluntarios, con quienes se busca la riqueza, profundidad y calidad de la información y no la cantidad y estandarización.

Las variables en estudio emergerán del análisis de dichos relevamientos. De este modo, la variable emergente corresponderá a los dominios de coexistencia que se determinen. Con el objeto de realizar un análisis detallado de los dominios de coexistencia, las características de la muestra se constituirán como variables de estratificación, cuya influencia en los resultados se desea observar.

Variables de Estratificación de la Muestra:

Género = Hombres y Mujeres

Edad = Menores de 75 años (65 a 74) y mayores de 75 años (75 a 86)

Estudios = Hasta secundaria incompleta y más de secundaria completa

Ingresos = BajosMedio (menos de 500 euros)/MedioAlto (más de 500 euros-mes)

Estado Civil = Casado/viudo

Territorio = Barrios, Eixample, Raval y Verneda

Trabajo = Jubilado/con trabajo

## **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

- 120 cuestionarios auto aplicables.

Se construirán dos cuestionarios, con preguntas abiertas y cerradas (dicotómicas, de selección y tipo Likert) dirigidas a usuarios y a no usuarios de la telefonía móvil

- 4 Grupos de enfoque, Minigrupos.

Esta técnica será aplicada para indagar y profundizar una variedad de conceptos, ideas e interpretaciones desde el discurso de los adultos mayores, siendo realizados en sitios propios a las trayectorias de los participantes.

- 20 entrevista en profundidad.

Planteamos realizar entrevistas individuales focalizadas con el fin de profundizar sobre cómo los participantes conciben sus mundos y de qué modo explican sus sentidos y significados.

- Observación participante y no participante

Se considerará en el terreno cuál de los dos tipos de observación, dado el contexto y la facilidad para interactuar.

### **Herramientas de registro de datos:**

- Cuadernos de campo
- Grabadora de voz
- Cámara fotográfica
- Cámara de Video
- Pauta de entrevistas

La toma de notas de campo se realizará a través de cuadernos de registros y la grabación de cada una de las entrevistas (excepto en los casos en que esto parezca inadecuado o inaceptable a los entrevistados). Las entrevistas serán transcritas al menos plazo posible, puesto que serán material fundamental para los análisis consecutivos.

La pauta para las entrevistas en profundidad será semiestructuradas, combina preguntas cerradas con abiertas, para poder llevar y dar los giros en la conversación, según como se desarrolla y de la interacción que se genere.

## JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Si las innovaciones tecnológicas nos han dejado asombrados, la difusión del móvil nos ha dejado sin aliento. Su trayectoria ha sido una de las más raudas y veloces de la historia presente. De ser un sustituto móvil para la comunicación de voz a evolucionar hacia un "sistema de comunicación multimodal, multimedia y portátil" (Castells, et al. 2006:377). Los dispositivos móviles se han convertido en productos de consumo de masas, instalándose en las prácticas de comunicación de cientos de millones de personas en todo el mundo.

"A la telefonía móvil, sin embargo, no es posible encontrarla en los grandes relatos sobre la Sociedad de la Información, a pesar que son pocos los desarrollos tecnológicos en el ámbito digital que pueden presumir de una implantación tan global y vertiginosa" (Aguado y Martínez, 2006a: 4). En estos momentos, la mitad de la humanidad tiene un teléfono móvil, son usados por amplios estratos sociales, "teniendo una penetración horizontal y vertical entre la población, trascendiendo la pertenencia de clase, la inclinación sexual, las diferencias de género y generacionales, el grupo étnico o el capital cultural" (Geser, 2004:6) y para muchos usuarios tiene un fuerte impacto en la vida social y la mayoría de ellos están dispuestos a gastar una parte importante de su presupuesto mensual en las facturas del teléfono móvil (Geser, 2004).

Con todo, el teléfono móvil ha recibido "una exigua atención de la sociología y de las ciencias de comunicación" (Lasen, 2002a:31). Quizás sea por esta tan alta penetración, masividad, extensión y transversalidad la que ha evitado la atención erudita, porque puede parecer demasiado común, trivial, mundano y ordinario, comparado con las profundidades y misterios que nos brinda el ciberespacio, de ahí que sea difícil su conceptualización (Towsend, 2000, 2005; Cooper et al. 2002).

Resulta difícil hallar esfuerzos considerables que nos permitan obtener una sinopsis de sus impactos multifacéticos en los distintos campos de la vida social, y prácticamente ninguna teoría integrada ha evolucionado hacia un corpus propio sobre las funciones específicas y consecuencias de la comunicación

móvil (Geser, 2004). Este déficit sólo ilustra la tendencia general que tiende a ignorar las implicaciones de las tecnologías en las distintas dimensiones de la vida cotidiana. Incluso, en un principio, autores como Castells, Urry y Goffman, mientras desarrollaban sus teorías de la "sociedad red", de la "sociedad móvil" y de las "interacciones y la vida cotidiana", omitieron la influencia social de la comunicación móvil como parte del retrato del paisaje moderno y de la vida individual y social de los ciudadanos. La "Sociología ha descuidado la movilidad, en particular de las personas, como un elemento cardinal de la vida social" (McGuigan, 2005:5).

Evidentemente, el teléfono móvil no evoca tanto entusiasmo intelectual, ni tanta aclamación por parte de la investigación científica, como sí lo ocupa Internet. Castells (1996), por ejemplo, ha dedicado gran parte de su obra a proclamar a Internet como merecedora de todos los atributos en su condición de "mega-innovación" y factor constitutivo de la "sociedad red". Sin embargo, la evidencia social lo ha llevado inevitablemente a dar cuenta de la nueva realidad, la que ha llamado "*sociedad móvil en red*", "las tendencias sociales señalan a la formación de redes omnipresentes de comunicación móvil como elemento clave que explica la estructura social más amplia del mundo actual: la sociedad en red" (Castells et al. 2006:378).

Hasta la fecha, gran parte de la literatura, se ha centrado principalmente en el papel de mediación de Internet y de las computadoras para el desarrollo y mantenimiento de las conexiones sociales (Ellison, Gibbs, y Heino, 2005; Hampton y Wellman, 1999; Howard y Jones, 2004; Jones, 1995, 1998). Pero, también la telefonía móvil debe ocupar un espacio en este ámbito, ya que ofrece un canal de comunicación que facilita las relaciones sociales, permitiendo a los usuarios crear, desarrollar y fortalecer los vínculos sociales, con quienes puede compartir información y recursos (Humphreys, 2005).

Internet, quizás, se acerca más a lo que podamos entender por globalización y como una tecnología de origen social masificada a través del mercado; mientras que el móvil se puede asociar a la idea de localización, por su

---

capacidad de cimentar lazos sociales y locales, y por ser una tecnología comercial masificada a través de su uso social (Harkin, 2003; Aguado, 2008).

El teléfono móvil da cuenta de una profunda transformación social, cultural y técnica. Desde la posibilidad de comunicarnos, independiente del momento y del lugar, con aquellos que deseamos incluir en nuestra red de contactos, hacia una convergencia tecnológica, siendo una plataforma capaz de portar e integrar una multitud de medios, mezclando todas las tecnologías en un solo dispositivo, desdibujando y recreando lo digital y las fronteras del espacio social y el espacio privado (Levinson, 2006; Barr, 2000; Arceneaux y Kavoori, 2006; De Souza e Silva, 2006; Meyrowitz, 1985). Siendo un Terminal aglutinador de los usos que caracterizan a la Sociedad de la Información, "convirtiéndolo en un meta-dispositivo (un dispositivo englobador de dispositivos digitales) y sentando las bases para una verdadera integración de opciones y servicios que constituye la base del proceso de mediatización de la telefonía móvil" (Aguado y Martínez, 2006a: 6).

Una primera aclaración, la justificación de nuestro tema de investigación no pasa por poner en competencia a las nuevas tecnologías entre sí, no es que alguna tenga más valor por sobre otra, no es una batalla entre aparatos para buscar el vencedor. Por el contrario, hoy es evidente que el rumbo es hacia la convergencia y la integración de las nuevas tecnologías, siendo las personas, usuarias y no usuarias, a través de sus negociaciones, disputas; necesidades, deseos y motivaciones las que le dan forma, sentido y significado, y no al revés (MacKenzie y Wajcman, 1985; Winner, 1977).

Esto es necesario recalcarlo, ya que hay diversos grados de determinismo tecnológico, que lo que tienen en común es compartir la hipótesis de que las nuevas tecnologías son la primera causa de los cambios macro y micro socioeconómicos (Chandler, 1996). Esto supone que las personas no son responsables de las tecnologías que utilizan, porque el camino de la evolución tecnológica se considera no como un proceso de creación, sino como un camino que hay que seguir (Campbell y Russo, 2003). "El determinismo tecnológico es aterrador, porque ignora por completo cualquier acción

---

humana en el diseño y aplicación de las nuevas tecnologías" (Gurak, 1995:4). El asunto primordial, como varios autores sostienen, es primero que todo no sobreestimar los efectos de las nuevas tecnologías (Katz y Aakhus, 2002; Humpherys, 2006), y segundo, entender que la tecnología no determina la sociedad, sino que es la propia sociedad la que lo hace, y sólo se puede entender en términos sociales, como práctica social. "Esto significa que son las personas y las organizaciones quienes modelan y modifican los usos de la comunicación inalámbrica en función de sus intereses, valores, hábitos y proyectos" (Castells et al. 2006:379).

## **INVESTIGACIONES SOBRE LA TELEFONÍA MÓVIL**

Las investigaciones realizadas en torno al teléfono móvil giran, en general, sobre su difusión y penetración, tratando de relevar evidencias que constatan su amplia extensión en sociedades, mercados y del sector de telecomunicaciones. Otro ámbito de las investigaciones ha centrado su interés por instalar al móvil como variable dependiente e independiente con el fin de medir y evaluar los procesos de adopción y de uso en determinados contextos. Por el contrario, son relativamente menos los estudios que se plantean aproximarse a las emergentes interrelaciones e implicancias sociales que le adjudican determinados usuarios al proceso de apropiación de esta tecnología móvil (Donner, 2007). Palen, Salzman y Youngs (2000:12) señalaban "la publicación de investigaciones empíricas sobre la práctica de la telefonía móvil ha surgido recientemente" por lo que se dispone de un "pequeño cuerpo de trabajo". Rice y Katz (2002) también apuntaban en la misma dirección, señalando que el teléfono móvil "no logra conseguir la atención de la comunidad académica o de los diseñadores de políticas públicas en un grado significativo, a diferencia de Internet" (Ibíd., 2002:32).

Sin embargo, en general, al día de hoy, es perfectamente posible afirmar que existe una considerable producción de conocimiento sobre la materia, abordando prácticamente todas las dinámicas que implica la telefonía móvil. Eso sí, hay tres elementos que nos gustaría llamar la atención. Primero, hay una escasa aproximación desde la teoría de la comunicación, como aporte

teórico, lo que es paradójico por tratarse de un ámbito de su absoluta competencia, apareciendo más bien como depositaria del aporte proveniente desde otras disciplinas. Segundo, hay un reconocimiento general que se está ante una nueva realidad social que es influenciada por las nuevas tecnologías de comunicación, lo que implica construir nuevos constructos, sin embargo hay un déficit en los aspectos metodológicos, en cuanto a que se siguen aplicando las mismas técnicas e instrumentos de hace treinta años, lo que no es congruente si se pretende dar cuenta y explicar una situación social nueva. Tercero, por muy lejos, las personas mayores constituyen el grupo menos estudiado por la comunidad de investigadores, prácticamente pasando inadvertidos, sin ninguna presencia en la literatura del sector.

Podríamos destacar entre las investigaciones realizadas, una cantidad considerable que se refieren a los modelos globales de penetración y difusión de la telefonía móvil, ya sea a nivel global o tomando casos particulares de continentes, países y ciudades, entre algunos autores que dan cuenta a través de sus trabajos, están: Banerjee y Ros (2004); Ling (2004); Kauffman y Techatassanasoontorn (2005); Ajao (2005a); Kelly, Minges y Gray (2002); Agar (2003); Gruber (1999), Huag (2002), Vershinskaya (2003), Lasen (2002b), Paetsch (2003); Alden (2002); Beaubrun y Pierre (2001), Felto (2001); Lynch (2000); King y West (2002), Lyytinen y Fomin (2002); Steinbock (2003), King y West (2002), Lyytinen y Fomin (2002); Choma y Robinson (2000), Hilbert, Katz (2003), Arias Pando (2004), Lobato (2004), Ito (2004), Yang, S.-J. (2003); Yang, Yoo, Lyytinen y Ahn (2003); Lee, Park y Oh (2000); Kim, D.-Y. (2002); Kim, H.-J., Byun y Park (2004); Mueller y Tan (1997), Toral (2003), Dossani (2002); McDowell y Lee (2003), Dutta y Coury (2003), Gillward (2003); Makhya y Roberts (2003), Minges (2005), Lahey (2003), Srivastava y Sinha (2001), Sharma y Nakamura (2003); Biddlecombe (2003), Vilano (2003); Dekimpe, Parker y Sarvary (1998), Varoudakis y Rossoto (2004).

Los estudios de difusión, a través de las líneas metodológicas relacionadas, fundamentalmente desde las aproximaciones cuantitativas, ocupan un lugar destacado. Algunos trabajos en esta dirección son de: Brown et al. (2003), Kini y Thanarithiporn (2004); Wei (2006); Meso, Musa, y Mbarika (2005); Van Biljon y



Kotzé (2007); Kaba et al. (2006); Scott, McKemey, y Batchelor (2004), Vagliasindi, Guney, y Taubman (2006); Baliamoune Lutz (2003), Rouvinen (2006); Andonova (2006), Kamssu (2005), Kumar et al. (2007); Varadharajan (2007), Koski Kretschmer (2007), Ros y Banerjee (2004); Dholakia et al. (2004), Versteeg y James (2007).

Ha ido en aumento la preocupación por examinar cómo las tecnologías de la comunicación reflejan el mundo social y cultural en el que se encuentran. Así, desde un tiempo hasta ahora, existe una nutrida contribución que hace esfuerzo para estabilizar conceptualmente un nuevo paradigma de la movilidad, mediante aportes desde la antropología, psicología social, estudios culturales, geografía, estudios de migración y desde la sociología. El impacto y las implicaciones sociales está en el centro de estas corrientes, poniendo de relieve diferencias conceptuales en el uso, utilidad y valor simbólico entre otras tecnologías y el teléfono móvil, algunos trabajos de esta materia han sido aportes de: Katz y Aakhus (2002); Slater y Kwami (2005); Castells et al. (2007), Ling (2004); Brown, Green y Harper (2001); Fischer (1992), Hopper (1992), Katz (1999), Pool (1977), Sarch (1993); Umble (1996), Ahmed et al. (2003); Amin y Thrift (2002); Appadurai (1996); Clifford (1997); Coleman y Crang (2002); Cresswell (2001); Crouch y Lubben (2003); Degen y Hetherington (2001); Ginsburg et al (2002); Kaplan (1996); Kaufmann (2002); Pascoe (2001); Riles (2001); Serres (1995); Urry (2000); Cresswell (2002); Virilio (1997), Hannam, Sheller y Urry (2006); Campbell y Russo (2003); Ureta (2008); Haddon (2003, 2005). Como se observa, varios autores se repiten, fundamentalmente es porque en sus trabajos se abordan más de una dimensión.

Otro aporte significativo ha sido los trabajos desde perspectivas provenientes del postmodernismo, feminismo, sistémico, de desarrollo, etnometodología y construcción social: George Myerson (2001); Rheingold (2002); Catharin Dalpino (2000), Poole y DeSanctis (1990); Orlikowski (2000), Iacono (2001), Markus y Robey (1988); Fischer (1992); Latour (1987), Campbell (2003). En esta misma línea, algunos trabajos han abordado los espacios de flujos: Meyrowitz (2004a, 2004b); Katz (2004); Fortunati (2002b, 2005b), Colbert (2001), Green (2002), Perry et al. (2001), Boyle (2002); Ling y Haddon (2001), Crabtree et al.

---

(2003); Kim (2002), Ito (2005, 2003a); Grinter y Eldridge (2001); EIA-Liisa Kasesniemi (2003); Eija-Liisa Kasesniemi y Rautianinen (2002).

Otro ámbito de conocimiento es el que se construye a través de la interacción entre patrones de adopción y uso del móvil: Buckingham (2004), Livingstone, Couvering y Thumin (2004); Ling (2002), Minges (2003), Hafkin (2003, 2005), Rice y Katz (2003), Agar (2003), Fortunati y Managanelli (2002), Frissen (2000), Lacohee *et al.* (2003), Ling (1999a), Lobet-Maris y Henin (2002); Vershinskaya (2002), Skog (2002), Robbins y Turner (2002), Öczan y Koçak (2003); Samuel, Shah y Hadingham (2005).

Así también, otros han aportado desde la dimensión de género: Fischer (1988), Gergen (2005); Johnson (2003); Lemish y Cohen (2005b); Plant (2003a); Rakow y Navarro (1993); Lemish y Cohen (2005); O'Connell (1999), Skog (2002); Nordli y Sørensen (2003), David (2005-2003), Kwon y Chidambaram (2000), Gilbert, Lee-Kelley y Barton (2003); Min y Yan (2005), Anckar y D'Incau (2002), Valor y Sieber (2003), Ankeny (2004), Wilska (2003), McGray (2002); Hjorth (2003); Richie (2003), Ito, Okabe, Matsuda (2005); Lightman y Rojas (2002); Rheingold (2002), Fernández-Maldonado (2001); Fitchard (2002); McKemey *et al.* (2003); Oestmann (2003); Donner (2007); Sey (2007), Cartier, Castells, y Qiu (2005), Markus y Robey's (1988), Miller y Horst (2005 2006 2005 2006), Molony (2006).

Estudios sobre la movilidad, vida cotidiana, sociabilidad, los problemas relacionados con la distancia física y las gratificaciones los podemos encontrar en: Ito, Okabe y Matsuda (2005), Ling (2001); Fortunati y Manganelli (2002, 2004); Kasesniemi (2003); Oksman y Rautiainen (2002); Harrington y Mayhew (2001); Lacohee *et al.* (2003); Varbanov (2002); Perry *et al.* (2001); O'Hara *et al.* (2002), Watson y Lightfoot (2003), Laurier (2002); Breure y Van Meel (2003); Sherry y Salvador (2002); Matambalya y Wolf (2001), Qiu (2004); Cartier, Castells y Qiu (2005); Barendregt (2005); Thompson(2005), Ling (1999b), Frissen (2000), Ling y Haddon (2001); Ling e Yttri (2002); Palen, Salzman y Young (2000), Haddon (2000), Katz y Aakhus (eds.) (2002); Puro (2002), Varbanov (2002), Oskman y Rautiainen (2002), Kasesniemi (2003), Grinter y Eldridge (2001); Weilemann (2003), Höfllich y Rössler (2002), Lobet-Maris y Henin (2002),

Licoppe y Heurtin (2002), Dimmick, Sikand, y Patterson (1994), Williams, Dordick, y Jesuale (1985), Claisse y Rowe (1987), Keller (1977), Nobel (1987), O'Keefe y Sulanowski (1995), Leung y Wei (2000), Alexander (2000); Green (2003; Hulme y Peters (2001), Skog (2002). En este grupo encontramos autores que han aportado investigaciones que han tenido en cuenta el teléfono fijo.

Otros autores han aportado investigación referente a los usos colectivos: Konkka (2003), Ureta (2004, 2008), Barendregt (2005), Donner (2005a), Thompson (2005), Hofftede (1991), Kettmann y Kettmann (2001), Maddox (2005); Brown et al. (2001); Fortunati (2001, 2002); Glotz et al. (2005); Ito et al. (2005); Katz (2003); Katz y Aakhus (2002); Ling (2004); Ling & Pedersen (2005); Nyiri, (2005). En este mismo campo, hay un nutrido material sobre la cultura juvenil y nuevos significados: Smith et al. (2003), Agar (2003), Oskman y Rautiainen (2002); Mante y Piris (2002). Lobet-Maris y Henin (2002), Fortunati y Managanelli (2002), Ling (2002), Valor y Sieber (2004), Ling e Yttri (2002), Kasesniemi (2003), Lacohee, Wakeford y Pearson (2003), Frissen (2000), Goggin (2004), Arnett (1995), Buckingham, Davies, Jones y Kelley (1999); Demars (2000); Srivastava (2004b), Holmes y Russell (1999). Katz y Aakhus (2002); Anderson y Heinonen (2002); Cohen y Wakeford (2003); Lorente (2002), García et al. (2004), Wincour (2005), Humphreys (2004, 2005)

También, importante de destacar son los estudios que incluyen una perspectiva del teléfono móvil como objeto de moda, ocio, consumo, como extensión del cuerpo, Como así también en la participación de los usuarios en redes sociales, entornos sociales, espacio público, algunos autores que han abordado este asunto: Claisse y Rowe (1993); Smoreda y Licoppe (2000), Goornay (1994); Jaureguiberry (1997); Heurtin (1998), Bardin (2002), Garrett (2004), Ito, Okabe y Matsuda (2005); Katz y Sugiyama (2005), Sharma y Nakamura (2003); Standard y Poor's (2003); Colins (2000); Dano (2004) Lipp (2003); Clark (2003), Moore y Rutter (2004), Moore (2003), Fortunati (2001, 2002, 2003), Ling (2003), Ling y Yttri (1999, 2002), Lobet-Maris, (2003); Skog (2002); Strocchi (2003); Taylor y Harper (2001); Murtagh (2001), Plant (2001), Gant y Kiesler (2001); Green (2003); Palen y Salzman (2001), Ling y Haddon (2003),

---

Smoreda y Thomas (2001), Johnsen (2003), Licoppe (2003), Taylor y Harper (2001), Hulme y Peters (2001), Bure (2005).

El uso del teléfono móvil como dispositivo comunicativo ha tenido su desarrollo en autores como: Geser (2004), McGuigan (2005), Srivastava (2005), Pertierra (2005), García-Montes et al (2006), Horst & Miller (2006), Rouvinen (2005), Hurme (2005), Rosen (2004), Souza (2007).

Por otra parte, hay un contundente avance sobre las investigaciones en países en desarrollo. En este campo se distinguen los que exploran los impactos de la telefonía móvil en el desarrollo económico: Kenny (2002); Hudson (2006), Sein y Harindranath (2004), Lochoee, Wakeford, y Pearson (2003), Rao y Mendoza (2005), Schwartz (1996). Así también, hay aportes que dan cuenta de las características de la industria, las regulaciones, la introducción de estándares, los nuevos marcos de telecomunicaciones, liberalización de los mercados, la competencia y los actores del sector: Garbacz y Thompson (2005, 2007), Hamilton (2003), Hodge (2005), Esselaar y Stork (2005), Steinbock (2003; Rao y Mendoza (2005), Dong y Li (2004); Kshetri y Cheung (2002); Sangwan y Pau (2005), Yu y Tan (2005, 2006); Yuan et al. (2006), Kshetri, Williamson, y Bourgoïn (2006), Yan (2003), Fraunholz y Unnithan (2004), Minges (1999), Curwen y Whalley (2005), Frempong y Atubra (2001), Benn y Kachieng'a (2005), Ibarguen (2003), Varoudakis y Rossotto (2004), Mureithi (2003), Stovring (2004) y Wallsten's (2001).

La brecha digital y el acceso universal también ocupa un papel en este tipo de investigaciones, como también los que hacen referencia a las TICs desde la perspectiva del desarrollo: Wade (2004); Mbarika (2002); Kenny (2002); Snowden (2000), Dymond y Oestmann (2003), Best (2003), Kibati Krairit (1999), McDowell y Lee (2003); O'Neill (2003), Leijden y Monasso (2005); Gillwald (2005); Barendse (2004); Galperin y Girard (2005); Shanmugavelan y Wariock (2004), Harwit (2004), Anderson (2006), Mahan (2003).

En España la investigación sobre este campo de conocimiento es incipiente, además de los informes de organismos institucionales, entidades públicas y

fundaciones privadas, observatorios y empresas de telecomunicaciones, los que evacúan informes sobre penetración, tendencias en el uso y consumo, movimiento de los mercados. Existen, eso sí, esfuerzos por parte de grupos de investigación, centros universitarios e investigadores individuales que vale la pena destacar. Entre estos últimos destacan los trabajos de: Vacas Aguilar (2007), Aguado (2005, 2008), Aguado y Martínez (2006a, 2006b), García-Montes et al. (2003) Seguí Dolz (2005, 2006, 2007) y Gil Juárez (2003, 2005, 2006), Malos Cerrato (2006), Vall-Llovera Llovet (2006), Ibáñez (2001), Lasén Díaz (2000, 2003, 2005, 2006, 2008), Pavón Rebasco (2005, 2006).

Con todo este amplio y rico panorama, sólo es posible encontrar tres estudios internacionales y uno de España, referidos a la relación entre teléfonos móviles y personas mayores. El primero es de Richard Ling (2002) "Exclusion of elderly persons in the case of text messaging", el que aborda las limitaciones de los mayores ante el uso del SMS, proporcionando una comprensión de las situaciones que debe enfrentar los usuarios de más edad en el contexto comunicativo. El segundo es de Lobet-Maris y Galand, J-M, (2004) "Seniors and ICT's: a Sense of Wisdom" quienes proporcionan una comprensión de los mayores con el consumo de las TICs (Internet, teléfonos móviles) centrada en el proceso de adopción. El tercero es el de Mann et al. (2004) "Use of cell phones by elders with impairments: Overall appraisal, satisfaction and suggestions" referido a la gente mayor con discapacidad en Estados Unidos. En España encontramos el texto de Pavón Rebasco (2006) "Telefonía móvil y personas mayores: la accesibilidad como derecho", estudio que explora las funcionalidades del teléfono móvil y la accesibilidad de los mayores.

Por lo tanto, una vez expuesto todo lo anterior, creemos que la presente investigación **se justifica, pues aporta elementos para comprender la comunicación móvil, desde la perspectiva de los sujetos que participan en la experiencia del intercambio. Más aún, entrega un nuevo conocimiento, que hasta ahora no ha sido relevado, que es tratar de comprender las consecuencias y las implicaciones sociales del uso del móvil entre sujetos que forman parte de un colectivo que ha estado distante de la mirada académica, es decir, las personas mayores. También, se justifica por plantear una**

---

**aproximación metodológica que escapa a la tendencia positivista y al paradigma cuantitativo.**

## **CO-PROTAGONISTAS: TELÉFONO MÓVIL Y USUARIOS,**

Este estudio busca abordar las interrogantes planteadas mediante la exploración sobre el papel que juega la telefonía móvil en la vida de las personas mayores, tanto en su influencia social como en sus particulares contextos de comunicación, dado que "las percepciones sobre los medios de comunicación son, en parte, subjetivos y socialmente construidos" (Fulk et al., 1990:12). Así, las actitudes, las declaraciones y comportamientos de los demás, en estrecho contacto, son la clave en la configuración de puntos de vistas y cómo se llegan a utilizar los medios y dispositivos que facilitan la comunicación (Humpherys, 2006; Williams, 1990; Palen, Salzman y Youngs, 2000; Rice y Katz, 2003).

En otras palabras, no solo está en juego cómo la gente mayor usa la tecnología para sus propios fines, sino que también las posibilidades de transformarlas, ajustarlas, moldearlas, de acuerdo a las propias e individuales normas de funcionamiento de cada sujeto (Illich, 1982). Es decir, hablamos de dos momentos distintos, superpuestos, pero cada uno con naturaleza propia; por un lado, compartimos que los significados para las nuevas innovaciones tecnológicas son cultural y socialmente creadas (Souza, 2007), pero esto no conlleva mecánicamente hacia un efecto homogéneo, producido para todos como un significado "estándar", ya que la experiencia es única y privada y ninguna otra persona puede saber exactamente lo que una experiencia es para otra persona (Pine y Gilmore 1998, Forlizzi y Ford 2000, Buchenau y Fulton Suri, 2000). Es entonces cuando entran en contacto las intersubjetividades, como un proceso de creación de significado social, aunque cada uno lo haga a través de su propia experiencia subjetiva (Battarbee, 2003).

---

Además, abordar este tipo de investigación es reconocer el papel de los usuarios, no como recipientes pasivos de la tecnología, sino como actores activos e importantes en el diseño y negociación de sus significados en relación a los dispositivos. Tal como dice Wyatt, "la inclusión de los usuarios es un intento de superar los problemas asociados con los planteamientos que enfatizan a los actores poderosos de la producción de la tecnología" (2005:43).

Hay cuatro razones para justificar la incursión investigativa. La primera, porque existe la construcción de un axioma de facto, que supone que las personas mayores hacen un uso "deficiente" de las nuevas tecnologías, entre ellas el móvil, por tanto "es poco lo que se puede esperar de estos usuarios". Además existe – otro axioma- que afirma que una condición para ser parte del entramado que implica la Sociedad de la Información es incluir en sus rutinas una determinada tecnología, de lo contrario estarán al margen de las oportunidades que ofrece la sociedad moderna.

Esta percepción ha implicado que muchos ciudadanos, entre ellos las personas mayores, sientan que tienen sobre sus hombros una presión social por estar vigentes y actualizados, de no quedarse atrás, de lo contrario podrían correr el riesgo de no ser parte de la promesa social que conlleva el discurso tecnológico.

Para satisfacer estas expectativas, tanto el mercado como las políticas públicas, han puesto el acento en favorecer el "acceso" a las nuevas tecnologías, como respuesta y condición garante de la integración social. Las tasas de penetración, lograr que más personas, en el menos tiempo posible, tengan acceso a un dispositivo tecnológico, se han convertido en el mejor indicador de éxito. Esta es una premisa discutible, más aún en el caso de la telefonía móvil, ya que su implantación social ha corrido por separado de cualquier política pública de alfabetización digital, a diferencia de lo que sí se ha realizado en torno al acceso a Internet. Esto significa que lo que está en juego son los usos sociales, las prácticas de consumo, las interacciones sociales y las experiencias individuales y colectivas (Haggirian et al., 2005; Aguado y

---

Martínez, 2006a). No es que una persona mayor, acostada en su dormitorio, mirando el techo, decida de la nada integrar la tecnología móvil a su rutina diaria, sino que es la propia naturaleza de la vida social, de las interacciones que fluyen en su comunidad, de las expectativas y de la posición que ocupa en su red de relaciones, las que articulan nuevas formas compartidas de vivir la vida (Seguí Dolz, 2007).

Lo interesante, precisamente, es indagar si las personas mayores son conscientes de este escenario. Es decir, si tienen la impresión de correr el riesgo de ser excluidos si no llevan consigo un teléfono móvil. Si elaboran o no estrategias de consumo para verse favorecidos de su entorno inmediato, si sus motivos al momento de adoptar la tecnología móvil está implícita la percepción que su uso les favorecerá en su desempeño en la vida social y si su uso satisface sus necesidades comunicativas y si le asignan al móvil un significado como "vínculo social" (Seguí Dolz, 2007).

La segunda, sabemos, y así lo han hecho ver varios autores, entre ellos Van Dijk (2003, 2005, 2006), que existen importantes consecuencias políticas y sociales si la desigualdad digital durara largamente, por que las desigualdades en vez de superarse, tienden a acumularse. Por ejemplo, Anderson (2002) destaca la magnitud de servicios y aplicaciones tecnológicas que se están poniendo a disposición de las personas, y las implicaciones sobre la equidad si ciertos segmentos de la población quedan marginados. Entonces, de cuánta inclusión digital se debe disponer para que una persona sea incluida socialmente. Es cierto, la inclusión digital no conduce necesariamente a la inclusión social, pero esa dimensión adquiere en el día de hoy un peso significativo, el asunto es que solo es posible observarlo desde la cotidianeidad de su uso (Bure, 2005). De ahí, precisamente surge la necesidad por plantearse analizar cómo las personas mayores integran y adecuan los teléfonos móviles en su vida cotidiana, y los significados que esta tecnología implica para ellos. Puede ser que las personas mayores tiendan a utilizar los móviles de una manera que refuerzan sus patrones y prácticas ya definidas, pero como no hay una "única manera" de hacer uso la tecnología, para muchos su adopción puede tener un significado incluyente (Bure, 2005).



---

La tercera, debemos valorar la particularidad y el contexto cotidiano de los sujetos con el teléfono móvil, sobretodo si el conocimiento es construido a través de la experiencia, y si el aprendizaje es un proceso activo de construcción del significado con base en la experiencia misma. Comprender las experiencias de las personas mayores es un proceso insoslayable si se quiere indagar sobre los significados de la intersubjetividad de las interacciones en el mundo social, entre las personas y los objetos. Sabemos que las personas le otorgan sentido diferente a los objetos, así un móvil puede ser un juguete, mientras que para otro puede ser un instrumento indispensable para mantener las relaciones sociales. Pero los significados no se construyen de manera "privada y peculiar", sino que el significado se crea y recrea en la propia interacción del sujeto, con otros y con el contexto.

Es aquí donde hay que observar a las tecnologías y a los sujetos in situ, en plena relación directa, con el fin de aproximarse y examinar los territorios de significados compartidos entre sujeto/sujetos y dispositivo móvil, y para poder dar cuenta de la gramática y la narratividad que se produce en la interacción, y poder hacer una síntesis de los elementos propios, particulares y compartidos que resultan de esa relación.

Lo cuarto, es la necesidad de referirse a la persona mayor en su condición de ciudadano/actor en su propio contexto y en el espacio de relación que crea con la comunicación móvil, sin adjetivos complacientes que a priori determinen su designación. Es decir, esta aproximación no es desde el recurrente tópico de asociar "tercera edad con discapacidad", ni tampoco busca corregir las supuestas "incompetencias" que se les atribuye, ni persigue encontrar "comportamientos normales", por el contrario, hay una necesidad de interpretar la experiencia de cada sujeto como un valor en sí misma.

## LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Inicialmente, la pregunta de investigación se acotaba a dar cuenta sobre él o los tipos de usos que hacen las personas mayores del teléfono móvil, asunto prácticamente no referenciado en la literatura, lo que lo convertía en un campo lo suficientemente atractivo de ser investigado. Sin embargo, esa pregunta por sí sola no decía mucho, de ahí que la interrogante se extendió a explorar las consecuencias e implicaciones sociales de la telefonía móvil en la vida cotidiana de los mayores y si esta relación podía permitirnos inferir que la adopción de esta tecnología favorecía los aspectos relacionados con la integración social, dado que la situación de las personas mayores suele estar al límite de la exclusión social.

De ahí en adelante, mientras más nos adentrábamos en la problemática, nacían más interrogantes: ¿Cuáles son las necesidades de comunicación de las personas mayores?, ¿Los adultos mayores que poseen un teléfono móvil lo ven como una herramienta útil en el proceso de integración social?, ¿En qué medida los adultos mayores que poseen un teléfono móvil tienen conciencia de sus efectos y consecuencias?, ¿Hasta qué punto los adultos mayores usan el teléfono móvil con el propósito de una relación expresiva y/o instrumental?, ¿Cómo obtuvieron el móvil?, ¿Cuáles son los motivos para la elección del teléfono móvil?, ¿Los adultos mayores pueden llegar a constituir una tribu específica en el consumo de telefonía móvil?, ¿El uso continuo del teléfono móvil en las personas mayores las hace más autónomas e independientes?, ¿Su uso les permite simbólicamente estar incluidos en el discurso de la modernidad?, ¿Su uso es tan necesario e imprescindible?, ¿Para los mayores su uso se ha vuelto tan perentorio e indispensable?, ¿La presencia del móvil en sus rutinas es tan trascendente?, ¿Es vital estar comunicados a todas horas y en todos los lugares?, ¿El uso que realicen los mayores será diferente en cuanto a género, edad, ingresos o barrio al que pertenezcan?, ¿Su uso ha modificado o no la forma en que llevan a cabo las actividades cotidianas? ¿O están ajustando sus usos en relación a sus capacidades técnicas y económicas?, ¿Cuentan con un diseño estratégico o no para ajustar sus

---

necesidades a las funciones del dispositivo o su uso es más bien al azar? ¿Se sienten parte de la promesa de movilidad?, ¿Son tan tecnofóbicos como se presume?

Existen evidencias para reconocer que habitan modelos desiguales para acceder y/o ingresar a ser participante activo/pasivo de la adopción y uso del teléfono móvil, de igual forma, debe abrirse el espacio de reflexión para comprender las diferencias que existen entre los usos que realizan las personas mayores del dispositivo móvil.

Tantas interrogantes abren el campo de observaciones a ámbitos imposibles de abordar en esta investigación, pero constituyen un gran atractivo para futuras investigaciones. Por tanto, para este caso en particular, se plantean ocho grandes preguntas sobre la: ADOPCION, USOS, IMPACTO, CONCECUENCIAS, AUTONOMIA, RED DE CONTACTOS Y VINCULOS, ESFERA PRIVADA Y ESPACIO PUBLICO e INCLUSION, sólo con el fin metodológico de guiar la mirada, acotar la realidad y poder interrogarse con mayor pertinencia. Además, se agregaron dos dimensiones, una para los NO USUARIOS y otra para los EX USUARIOS de la telefonía móvil.

### **¿Cómo se gesta el proceso de ADOPCIÓN?**

¿Cómo la personas mayor llegó a adoptar el móvil?, ¿Cuánto es el peso de su familia para adquirir y mantener el uso del móvil?, ¿Quiénes en sus trabajos alcanzaron a tener la experiencia con alguna nueva tecnología?, ¿Quiénes tienen ordenador e Internet serán quienes primero adoptan la tecnología móvil?, ¿Hace cuántos años que tienen el móvil?, ¿En estos años cuántos terminales ha cambiado?, En relación a las necesidades que declaran las personas mayores, ¿qué función del aparato móvil es la primera que adquieren?, y si en la medida que van descubriendo, manoseando, explorando el Terminal van incorporando o no nuevos servicios. ¿Qué aspectos o funciones del móvil les ha dado más problema? Si todos hablan que deben haber móviles especialmente diseñado para los mayores ¿cuáles prefieren?, ¿Se sienten cómodos con su actual modelo o preferirían cambiarlo?

### **¿Cuál es el USO que hacen?**

El interés es por preguntarse ¿Para qué usan el móvil las personas mayores?, ¿Con qué fin?, ¿Existen diferencias entre el uso entre hombres y mujeres mayores? ¿Qué tiene más peso, si los usos sociales o los usos utilitarios? ¿Qué persiguen, más coordinación o más interacción? Yttri y Ling (2002) ya dieron cuenta que la adopción de la telefonía móvil ha dado nuevas formas de interacción y, sobre todo, de coordinación. Conceptualizaron la evidencia que encontraron en “micro-coordinación” e “hiper-coordinación”. En el primer caso se refieren a los usos instrumentales (coordinación de actividades diarias) y, para el segundo caso, los usos expresivos (la presentación social de sí mismo). También, otras Investigaciones precedentes, han encontrado que los usos instrumentales de la telefonía móvil son más frecuentes que los usos expresivos (Leung y Wei, 2000). En la recopilación que hace Castells, et al. (2007) también se hace referencia a las diferencias en el uso que experimentan tanto hombres como mujeres, “las mujeres pueden lidiar con el aislamiento, mantener la red de contactos, disfrutar con la interacción social; apelan a los aspectos simbólicos y expresivos, redes sociales y lazos interpersonales; tienden a extender la protección del grupo. Mientras que los hombres le dan una importancia más funcional, práctica e instrumental. El valor para el hombre está en portar la tecnología, para la mujer lo es la cantidad de interacciones que se producen” (Ibíd., 2007:311).

### **¿Cuáles son los MOTIVOS que influyen para la adopción?**

¿Qué tan cierta es la idea de que el principal motivo por adquirir un móvil es por razones de seguridad y en caso de emergencias?, ¿Cuántos de sus objetivos y necesidades individuales están puestos en el uso del móvil?, o tienen prioridad los motivos que tienen los demás para que los mayores incorporen la tecnología móvil a sus rutinas. Plant (2002) señala, el teléfono móvil es capaz de satisfacer una gran diversidad de objetivos, y puede ser usado en una variedad de contextos que promueve una determinada forma de comportarse. Pero esa forma de comportarse es la que necesitan los mayores o es la que espera su entorno hacia ellos.

---

### **¿Qué IMPACTO tiene en la vida cotidiana?**

Si se queda sin saldo o si se le llegase a perder el móvil ¿qué sentiría? ¿Incomunicada y en soledad?, ¿Se sienten satisfechos con el uso que le dan al móvil?, ¿Qué gratificaciones obtiene?, desde que es usuario ¿cuáles han sido los mayores impactos?, ¿A propósito del uso del móvil, qué impacto ha tenido en los otros medios que utiliza para comunicarse?, ¿Están satisfechos con su desempeño? Marvin (1988) a propósito de la introducción de la electricidad y el teléfono fijo a finales del siglo XIX, sostiene que las comunidades utilizan las nuevas tecnologías para tratar de resolver los viejos problemas de gestión del tiempo y del espacio en las relaciones comunicativas. En ese proceso de apropiación de la comunicación móvil, los usuarios mayores ven alteradas o no las distancias sociales, les permite dominar las ansiedades que resultan de estos cambios, les ha permitido una mayor confianza social. Los efectos quizás no sean directos, o tal vez no se evidencien jamás, pues la comunicación móvil no ha creado ningún nuevo lugar para resolver sus problemas. O por el contrario, les ha permitido una gama de prácticas sociales que exceden los ritos de consumo e introducen elementos innovadores en su interacción social. Quizás hasta lleguen a constituir una "cultura del móvil" (Goggin, 2004), como ocurre entre otros colectivos. Puede ser que el mayor impacto sea interpretar al dispositivo móvil como un medio social colectivo, en vez que en una tecnología personal y privada.

### **¿Qué CONSECUENCIAS ha implicado su uso?**

Cuáles son las consecuencias sociales que se desprenden del uso del móvil, son menos dependientes, tienen más libertad, más independencia, adquieren más confianza, ganan intimidad, mejoran sus relaciones con los demás, son más expresivos, no requieren de mayores apoyos, tienen más esperanzas en el futuro, su autoestima ha mejorado. Algunos han sugerido que los teléfonos móviles' afectan todos los aspectos de nuestra vida personal y profesional, ya sea directa o indirectamente (Katz y Aakhus, 2002), es verdaderamente así en el caso de las personas mayores. Marc Prensky (2001) ha desarrollado la idea de los "nativos digitales" frente a los "inmigrantes digitales". Estos últimos serían aquellos que utilizan la tecnología, conviven con ella, disfrutan de ella y trabajan con ella, pero han nacido y han crecido sin ella. Frente a éstos, están

los más jóvenes, que sólo han conocido esta sociedad altamente "digitalizada". Ellos y ellas, para este autor, son los nativos digitales. Los mayores se sienten inmigrantes en un territorio social que ven como ajeno.

### **¿Se mantiene, se refuerza o se extiende su RED DE CONTACTOS Y VÍNCULOS?**

¿Quién (es) le ayudó a introducirse en el móvil?, ¿Cuándo tiene problemas a quién acude?, ¿cuántos contactos tienen guardados en su directorio telefónico? ¿Con quiénes más se comunican?, ¿Quiénes más le llaman?, ¿Desde que usan el móvil pueden estrechar vínculos con otros grupos de edad? El uso del teléfono móvil implica o no generar nuevos vínculos o ampliar su red de contactos, ya que ésta viene establecida previamente. Es la familia es el principal apoyo e incentivo para adoptar el teléfono móvil. El proceso de comunicación entre la persona mayor y su red social depende de la posición que ocupa entre los miembros de la red. Para Campbell y Russo "las interacciones con los contactos sociales, situado en el contexto social, desempeñan un papel importante en la adopción de telefonía móvil, así los teléfonos móviles llegan a convertirse en un recurso colectivo" (2003: 329).

### **¿Consienten la fusión entre ESFERA PRIVADA Y ESPACIO PÚBLICO?**

¿Qué tan cierta es la afirmación que por cierto sedentarismo forzado, los mayores concentran sus llamadas desde sus casas?, ¿Conlleve algún problema que otros usuarios hablen muy cerca de ellos?, ¿Se incomodan si otros se enteran de su conversación?, ¿Qué sitio consideran el menos oportuno para hablar a través del móvil? ¿El uso del teléfono móvil es un acto privado que irrumpe de manera indeseada en el espacio público?

### **¿Contribuye a que gocen de más AUTONOMÍA?**

¿Qué vivan solos tiene alguna relación o consecuencia en el posterior tipo de uso que harán?, ¿Estar casado o viudos predetermina en algo los usos posibles?, ¿Los mayores que tienen más actividades sociales harán un uso más intensivo que los que permanecen en casa y son más pasivos?, ¿Son más autónomos e independientes?

---

## **¿Tienen la percepción de estar más o menos INCLUIDOS?**

¿El tipo de educación, la cantidad de ingresos, los años jubilados y el estado de salud condicionan directamente las posibilidades de uso, impacto y las consecuencias de la telefonía móvil en sus vidas?, ¿Desde que usan el móvil hay más gente dispuesta hablar con ellos?, ¿Cómo considera su calidad de vida?, ¿La edad efectivamente opera como una barrera para comunicarse y que otros se comuniquen con ellos?, ¿Cómo se perciben ellos mismos desde que usan el móvil, menos viejo, más integrado, menos discriminados?. ¿Las personas mayores no necesitan más tecnologías, necesitan más servicios? El teléfono móvil implica tener o no mayores esperanzas sobre el futuro, sienten que los demás los ven más integrados y capaces de entender la sociedad de hoy. Sienten que son parte o no de la oferta de movilidad, o recae sobre ellos una frustración por no poder superar las limitaciones y barreras de las que son expuestos. Requieren mantener algún tipo de conexión para sentirse simbólicamente incluidos en la sociedad (Verdú, 2005).

## **NO USUARIOS ¿sienten que se están perdiendo de algo?**

Para los no usuarios el interés se presenta por interpretar las principales razones para no usar el móvil ¿no lo adquieren por problemas económicos, de salud o por que no lo necesitan?, pero si pudieran adquirirlo ¿para qué les serviría?, ¿qué sería lo más difícil de aprender?, ¿Qué medios ocupa para comunicarse?, ¿Qué imagen cree que proyecta al no usar el móvil? Las dimensiones de ingresos, educación, edad tienen mayor influencia para que no sean usuarios del teléfono móvil. Se sienten desconectados del mundo.

## **EX USUARIOS ¿por qué lo han dejado de usar?**

En el caso que en el trabajo de campo nos encontráramos con personas mayores que en su momento fueron usuarios del móvil, pero ya no lo son, las preguntas tenderían a conocer ¿Por qué razón dejaron su uso, por problemas económicos, de salud? ¿O no llegaron a comprender sus funcionalidades técnicas o por qué dejaron de necesitarlo? ¿Emigraron hacia la adopción de otros dispositivos?, ¿Lo han abandonado temporalmente?, ¿se sienten aún usuarios?, ¿El servicio de comunicación móvil es resuelto por terceras personas?, ¿Han pagado algún costo por dejar de ser usuarios del móvil?

---

## LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Las principales limitaciones tuvieron que ver con la disposición en el trabajo de campo. Primero, hubo que extender los tiempos programados inicialmente para la observación, las entrevistas, la distribución y posterior recepción de los cuestionarios, fundamentalmente por que el despliegue en el terreno coincidió con las fechas en que finalizaban las actividades en los centros para mayores, como también por estar próximo a la época de vacaciones. Además, hubo que ampliar la capacidad de seducir a las personas mayores para que depositasen sus confianzas y nos entregasen sus particulares experiencias en relación a su situación personal, a sus visiones de la realidad de hoy y al papel que juega el dispositivo móvil en sus rutinas.

Ahora bien, en cuanto a los aspectos técnicos, esta investigación se presenta como una gran oportunidad para incorporar la mirada de diferentes disciplinas, por de pronto, por tratarse de un proyecto individual, presenta las limitaciones del caso. Además, los asuntos presupuestarios también redundaron en tener que abocarse a situaciones precisas, quedando un amplio margen de evidencia para investigaciones futuras.

En cuanto a las limitaciones teóricas, esta investigación no se plantea buscar soluciones reparadoras para las personas mayores, sino que poner en común su experiencia a propósito del uso y las implicancias de la telefonía móvil en sus vidas cotidianas. Además, tampoco es un estudio que persiga corregir conductas, ni busca proponer modelos ideales de usos de las tecnologías móviles.

Otra limitación metodológica, fue que inicialmente hubiésemos querido incorporar al teléfono móvil como parte integrante en la recolección de datos, es decir, que las personas mayores, con sus propios móviles, pudieran haber sacado fotografías, grabar videos, entrevistarse mutuamente, desafortunadamente no fue posible para esta ocasión, pero queda abierta la posibilidad de hacerlo en futuras investigaciones.



## CAPÍTULO II

# MARCO PARA COMPRENDER LA COMUNICACIÓN MÓVIL

---

“No te regalan el móvil. Tú eres el regalado,  
a ti te ofrecen para el cumpleaños del móvil”  
(García Canclini, 2007:61)

## PRECISIONES SOBRE LA SOCIEDAD INFOCOMUNICACIONAL

Un estudio como el planteado hasta aquí, resulta imposible abordarlo desde una única aproximación teórica y desde una sola disciplina. Son demasiados los elementos que confluyen en un mismo espacio de análisis, de ahí que lo imperativo sea construir un cuerpo epistemológico lo bastante sólido para lograr abordar e interpretar el complejo escenario que se pretende exponer.

La primera necesidad teórica es entender desde dónde estamos mirando el fenómeno, por lo tanto, debemos contextualizar y abordar el tipo de sociedad en el que se desarrolla la relación entre los sujetos y la tecnología, en particular con la tecnología móvil. Aprovechamos de indicar que no es pretensión de esta investigación iniciar una discusión sobre lo que entendemos por Sociedad de la Información, más allá de las evidentes contradicciones que presenta (postindustrial, sobremodernidad, informacional, del conocimiento, en red, de convergencia, infocomunicacional, neo-liberalismo global, modernidad reflexiva); sin embargo, resulta imposible abstraerse de no incluir algunas pistas que hagan referencia sobre el actual momento de nuestra sociedad (McGuigan, 2005).

En la última década, las teorías sociológicas y antropológicas han señalado la forma que adquiere el mundo sobre la base de las corrientes, flujos, interconexiones, movimientos y desplazamientos (Hannerz, 1992; Appadurai, 1996; Wellman, 2001; Castells, 1996; Urry, 2000, 2002; García Canclini, 2005). Hoy es posible reconocer en la literatura conceptos como "sociedad de la comunicación móvil", "sociedad móvil en red", "sociedad de la comunicación personal", "sociedad móvil", "sociedad líquida".

Es pertinente, además por ser la atmósfera donde se instala nuestro objeto de estudio, precisar nuestro abordaje, sobretodo porque en el ambiente de referencia existe una cantidad de agoreros y futurólogos que tratan de proyectar el tipo de sociedad que se construiría con la irrupción y plena instalación de las tecnologías de información y comunicación. Estos autores del racionalismo técnico, como sostiene Wolton (2000), razonan a partir de los cambios tecnológicos y sus efectos sobre una masa presuntamente neutra e indiferenciada, que sería la sociedad.

Wolton, a través de su obra, persigue entender el lugar que ocupa la comunicación en nuestra sociedad, concluyendo que "la comunicación está en el centro de la modernidad" (2000:11). Valora lo cada vez más eficaz que resulta la comunicación, pero se sorprende que la dimensión técnica de la comunicación haya sustituido la dimensión humana y social. Para Wolton la comunicación es fundamental, porque presupone la existencia de seres libres, para los cuales la libertad de información y de comunicación constituye el eje de todas las relaciones sociales y políticas; "porque debe gestionar permanentemente, en el seno de nuestra sociedad individualista de masas, los dos movimientos contradictorios surgidos de las dos herencias políticas de los siglos XVIII y XIX: la libertad individual y la igualdad de todos; y, finalmente, por que es la condición necesaria para que haya democracia de masas"(2000:12).

No es posible imaginar la sociedad de mañana exclusivamente a partir de las tecnologías dominantes, porque si la información y comunicación fuesen omnipresentes no se perseguiría el acercamiento entre individuos. "Cuando

---

más próximos están los unos de los otros, más visibles son las diferencias y, por los tanto, más necesario resulta garantizar las distancias para soportar las disimilitudes y alcanzar la coexistencia" (Wolton, 2000:13). Esta reflexión es interesante, porque lo que se pretende decir es que para analizar la comunicación es imprescindible contar con una representación de la sociedad, de ahí que toda teoría de la sociedad implica un modelo de comunicación. Concretamente, el llamado que hace Wolton es "por una teoría de la comunicación que no se reduzca al análisis de los resultados técnicos y que se reconozca a la comunicación como una gran cuestión teórica de la democracia" (2000: 24).

Mattelart sostiene que líderes en ventas como "El mundo digital", de Negroponte, profesor del MIT, o "Camino al futuro", del propietario de Microsoft, Bill Gates, son representativos de esta logística llamada a refrendar la promesa de triunfo del "capitalismo libre de fricciones" (2002: 71). Otros autores, de distinta línea, pero de la misma matriz, han optado como herramienta de trabajo por el ensayo de índole prospectivo, pero no necesariamente sistemático en su metodología de abordaje y análisis. La mayoría de ellos se ha dedicado a predecir un futuro revolucionario a propósito de las nuevas tecnologías, en vez de investigar en detalle, cómo se utiliza y de qué modo se incorpora a la vida cotidiana de los sujetos.

La "globalización" responde a los intereses de la elite, "un nuevo disfraz conceptual donde albergar los propósitos de dominación del establishment, haciendo uso del innegable poder de definición de las industrias del conocimiento" (Becerra, 2005:32). Este discurso vendría a complementar la doctrina del libre flujo de la información extendida desde Estados Unidos al resto del mundo, durante y después de la Segunda Guerra Mundial, sustituida y completada a su vez por la teoría de la modernización y la noción de las autopistas de la información (Segovia, 2003). El propio desarrollo de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información en sus sucesivas etapas (Ginebra en 2003 y Túnez en 2005), así como los proyectos de Sociedad de la información de países centrales (Estados Unidos, Unión Europea, OCDE) y periféricos, ponen de manifiesto el olvido implícito de lo que fue una las

---

reivindicaciones del Informe McBride, "acabar con los desequilibrios y la unidireccionalidad de los flujos informativos arraigados en motivos mucho más agudos que la simple desigualdad tecnológica/instrumental. Ello contrasta con la orientación del NOMIC sobre políticas de comunicación, que se centraba tanto en los contenidos como en las infraestructuras" (Becerra, 2005:15).

La mundialización de las comunicaciones introduce a las personas modernas en soportes tecnológicos, en un mundo volátil de borrosos contornos, afligiéndolos por tratar de encontrar el sentido y por revelar sus repercusiones sociales. Las nuevas tecnologías acentúan la fragilidad de los sistemas sociales, provocan fragmentaciones y replantean la noción de intersubjetividad, interacción e identidad social (Becerra, 2005).

Se trata de una revolución multidimensional que crea seres unidimensionales. No hay sólo dos lados enajenantes y negativos, "porque cada vez hay que desconstruir el discurso beato sobre los nuevos medios de comunicación y volver a situarlo en una teoría general de la comunicación" (Nour Eddien, 2000:34). Hacerlo así, implica dejar de apostar por un mundo tecnocrático, ya que son los seres humanos, los actores políticos, sociales y culturales, los que deben producir sentido, "principalmente porque el hombre occidental ha tardado siglos en librarse de tutelas religiosas, políticas, sociales y militares. Cuando es posible alcanzar cierta libertad, decide encerrarse en los miles de hilos de la comunicación técnica" (Wolton, 2000:44).

La dominación se ha vuelto altamente tecnificada, una dominación que fragmenta al mundo en regiones, grupos, ciudades y que recrea a su imagen los imaginarios simbólicos ante un mundo que no cuenta, excluidos del imaginario de la mundialización. "Hay los que dominan las tecnologías de comunicación, producen la era de lo virtual digital y, por otro lado, están los que sufren los efectos de las mismas. Una desigualdad ilimitada" (Mattelard, 1999:22).

El sujeto "mundializado" adapta su comportamiento, negocia, resiste o cede ante la cultura globalitaria, la internaliza y la introduce en su espacio social y

---

hace de ella su horizonte cultural. Un sujeto privatizado, que su desempeño social lo realiza en su pequeño entorno personal, lo que lo hace pragmático, sin prejuicios (en la esfera privada), neutro e insípido.

Entonces, resulta complejo pensar un modelo de integración social que de cuenta del escenario actual y de los modos en que se generan los encuentros, intercambios e interacciones. Es un asunto teórico y es un dilema clave para las políticas comunicacionales. "No sólo cómo reconocer las diferencias, cómo corregir las desigualdades y cómo conectar a las mayorías a las redes tecnológicas y de comunicación globalizadas, sino pensar los modos en que se complementan y se desencuentran. Ninguna de estas cuestiones tiene el formato de hace 30 años. Cambiaron desde que la globalización tecnológica interconecta simultáneamente casi todo el planeta y crea nuevas diferencias y desigualdades" (García Canclini, 2004:14).

El paisaje actual es una modernización selectiva y abiertamente excluyente a escala global. La mundialización aparece como una "especie de americanización del mundo" (Weber, 2000: 22). Asistimos a un movimiento continuo de difusión de los modelos de producción y consumo a escala planetaria, ligada a la mundialización de la tecnología y al intercambio de valores bursátiles. Además de unas profundas mutaciones económicas, sociales y culturales que conllevan un replanteamiento de los modelos de integración social.

El difusionismo tecnológico ocupa un lugar esencial en el diseño de dichas políticas, que consagran a la actividad privada, especialmente a la vinculada con el sector de infraestructura y servicios de telecomunicaciones e informática, como el actor privilegiado del entorno, capaz de diseminarse libremente por el mundo social.

El proyecto de la Sociedad de la Información se asienta sobre tres ideas fuerza: la "liberalización", la "desregulación" y el fomento a la "competitividad internacional" de las actividades infocomunicacionales, entendiendo que las mismas se organizan como un mercado planetario de

---

creciente importancia e incidencia en la reestructuración de los procesos productivos y en la correspondiente generación de riqueza en el mundo (Becerra, 2003).

Se entiende que la sociedad informacional incluya las nuevas tecnologías, pero excede en su representación, transformándola en el factor constitutivo de su devenir histórico. No existe discusión social que no incluya a las empresas multinacionales de las industrias culturales, a las empresas multinacionales fabricantes de hardware y software y a las transnacionales de telecomunicaciones (Becerra, 2005). Así, tejen sus redes y abarcan desde las dimensiones más trascendentes hasta las más mundanas, "es sobre todo por esta ambigüedad y por su capacidad de aportar a múltiples objetivos, que se explica sin duda su éxito" (Vedel, 1996: 15). Mientras más rentable es el negocio más extravagantes son las afirmaciones acerca de los inevitables efectos beneficiosos de las tecnologías sobre la sociedad y las relaciones sociales (McGuigan, 2005).

Los aportes más sólidos sobre el proyecto de la Sociedad de la Información provienen de distintas miradas. Una opción es desde la perspectiva de la economía política en la comunicación. Corriente que enfatiza sobre la centralidad económica de los procesos y actividades culturales, comunicacionales e informacionales. Destacan autores como Herbert Schiller (1996), Armand Mattelart (2002a), Vincent Mosco (1996), Nicholas Garnham (2000), Bernard Miège (1987), Martín Becerra (2005), Jean-Claude Burgelman (1997), Robert McChesney (2002), entre otros.

Otra, son los postindustriales, con sus investigaciones sobre la estructura económica cambiante de los países centrales, cuya fuente de riqueza y de ocupación laboral provenía cada vez en menor medida de la industria y en mayor importancia, del sector servicios, del cual el conocimiento y la información se transformaron en insumos y productos estructurantes. Destacan Daniel Bell (1976), Alain Touraine (2005), Zbigniew Brzezinski (1970), Alvin Toffler (1980), Gaëtan Tremblay (2003), entre otros autores de referencia.

---

## LA COMUNICACIÓN MÓVIL

La sociedad digital irrumpe con su sello distintivo desde los inicios del siglo XXI, el paisaje mediático ha cambiado drásticamente en los últimos decenios, dando lugar a un nuevo paradigma que ha reemplazado los formatos tradicionales de comunicación de masas a los actuales entornos de red más personalizados.

Desde una perspectiva evolutiva, el hombre ha buscado la proximidad física y el lugar como morada estable, como condición para desarrollar formas complejas de comunicación y de cooperación. Una situación espacial que permita la estabilidad y ecosistemas particulares, donde el cara a cara ha sido fundamental para el mantenimiento de lo social (Geser, 2004,2005, 2006).

El teléfono fijo eliminó el requisito previo de la proximidad física, pero por otro lado conservó y reforzó la necesidad de quedarse en lugares específicos (Flichy, 1995). Así, la función principal fue reforzar la integración social de escenas sedentarias estables, como ciudades y las organizaciones burocráticas. Por consiguiente, el teléfono fijo jugó un papel en la "concentración urbana de las actividades financieras y comerciales y en el desarrollo de sistemas metropolitanos más grandes con una estructura más diversificada y compleja" (Lasén, 2002a: 26). En esta misma lógica, irrumpe una nueva realidad: por un lado, el aumento de la movilidad espacial y, por otro, las capacidades crecientes de comunicación (Geser, 2004; Lasén, 2002a).

Una de las características que definen nuestro tiempo es el individualismo contemporáneo, el narcisismo, el hombre volcado en sí mismo, la personalización como nuevo modo de socialización, la individualización de la apariencia (Lipovetsky, 1993). "Hay un deseo de privacidad, de hablar a través del teléfono móvil en los dormitorios, lejos de los demás, apelar a la comunicación no verbal, gestos y movimientos corporales, para hacer presente el deseo de intimidad" (Humphreys, 2004: (37-38)).

El personismo (Verdú, 2005) es el producto estrella de la etapa actual del capitalismo o "capitalismo de ficción". Éste se caracteriza por su interés en ofrecer no solo nuevos bienes, sino oportunidades de experiencia que animen la vida sin comprometerla. Así, con el personismo se abre una relación con una multiplicidad de personas sin compromisos profundos. "Es, significativamente, el universo de los chats, del móvil, los SMS, los blogs, donde se conecta con mil personas fragmentadamente, superficialmente, por periodos relativamente breves. El personismo sigue al hartazgo del consumismo y el hiperindividualismo" (Ibíd. 2005:17). "Persona a persona, individuo a individuo, se trenza planetariamente la ilusión de un mundo mejor, donde las personas, una a una, experimentan, a través de sus contactos, el gozo creciente de una cultura común, cualquiera que sea, puesto que cualquier proyecto no es una esencia o una identidad acabada, sino una construcción interactiva" (Ibíd. 2005:132).

Se llega así, en las sociedades contemporáneas a un "individualismo conectado" (Flichy, 2006:11). Una mutación profunda de la vida privada, donde el individuo está en el centro de la sociedad, es parte integrante de numerosas redes de relaciones que él mismo teje en ambientes múltiples. Allí donde, en las sociedades tradicionales, "los vínculos sociales eran en cierto modo impuestos al individuo, en la sociedad contemporánea es la propia persona quien elige esos vínculos" (Flichy, 2006:13).

La comunicación móvil desempeña un papel central en esta transición, ya que facilita las obsesiones de una sociedad que persigue la inmediatez, la instantaneidad, que busca estar en constante contacto con los demás, donde el movimiento y la conectividad operan como factores que definen a la cultura actual. La sociedad de hoy se presenta "abierta", sin fronteras, preocupada por los espacios, con intensas dependencias entre personas, en una red de relaciones que son más complejas, siendo expresadas y moduladas a través del teléfono móvil (García-Montes et al., 2006). El espíritu del teléfono móvil (Katz, 2002) es el proyecto de la "globalización neoliberal, y no es un fantasma que se desea eliminar, está profundamente incrustado en las rutinas, en las prácticas y en las relaciones sociales" (McGuigan, 2005:12).



La amplia difusión y el uso de la telefonía móvil es un icono del cambio hacia una nueva "sociedad de la comunicación personal" (Campbell, 2008:2), penetrando cada esfera de la realidad social y con una serie de consecuencias sociales, incluidas las nuevas representaciones de sí mismo, las nuevas formas de coordinación, creación de redes sociales y el uso privado del espacio público (Castells et al. 2007).

"La movilidad del teléfono no es realmente un proceso tecnológico, sino que es cultural" (Myerson, 2001:7). Al examinar el fenómeno de la telefonía móvil, el artefacto se ha convertido en un bien cultural, donde se puede apreciar cómo ha ido desde su función inicial, como un dispositivo de comunicaciones, a convertirse en un símbolo global, que define a los usuarios y el sentido del "estilo, preferencias, gustos, interacciones, comunicaciones y como medio para mantener la presencia" (Satchell y Singh, 2005:5). Es una tecnología nómada, que permite un contacto permanente, un flujo continuo en la accesibilidad a los demás (Fortunati, 2004; Lasén, 2006).

Varias líneas de investigación que buscan interpretar la sociedad, utilizan a las tecnologías de la comunicación como un marco para su comprensión. Esto no es para sugerir que las tecnologías determinan a la sociedad, ni que circulan por una vía independiente; por el contrario, es para situarla como producto de la vida social y que al interrogarlas nos permite examinar e interpretar la manera en que es producido y reproducido el mundo social. Castells ha dado cuenta de cómo "los cambios de las tecnologías de información y comunicación han alimentado los cambios en el orden social, donde están arraigadas las condiciones sociales preexistentes, y desde donde emerge una nueva sociedad de redes. Un cambio en la organización social que se relaciona con el proceso de cambio tecnológico, pero que no dependen de éste" (2000: 164). Castells, para evitar cualquier crítica determinista, enfatiza que, además de la revolución tecnológica, existen otras dos dinámicas que han configurado la "sociedad red", que son la reestructuración del capitalismo y el estatismo en el decenio de 1980 (paso del fordismo al posfordismo, la globalización, la caída del comunismo, Estado de bienestar en declive y el sindicalismo, etc.); más los movimientos culturales y sociales que han surgido a

---

partir de la década de los sesenta (la paz, feminismo, la ecología, etc.) (McGuigan, 2005).

Compartiendo esta aproximación, entonces, las tecnologías de la comunicación predominante en la sociedad actual, en particular la telefonía móvil, se caracterizan por su naturaleza personal, altamente individualizado y que se proyecta en distintas extensiones, siendo un marco, un “visor”, apropiado para comprender las implicaciones y consecuencias sociales que resultan de su adopción y de su uso entre los ciudadanos.

Los teléfonos móviles tienen ciertas características intrínsecas que los diferencian de otros dispositivos interactivos de comunicación personal, ya que pueden ser usados junto con el cuerpo y en el cuerpo, como una extensión del mismo, permitiendo una comunión física y fluida; y como expresión de un estilo característico (Fortunati, 2005; Lobet-Maris, 2003) lo que contribuye a la personalización de la telefonía móvil (Ling, 1997; Gant y Kiesler, 2001; Hulme y Peters, 2002; Fortunati, 2003).

Los jóvenes son especialmente conocidos por abrazar el teléfono móvil como una forma de expresión simbólica (Alexander, 2000; Lobet-Maris, 2003; Skog, 2002). Más allá del estilo personal, los jóvenes depositan en la apariencia física de un teléfono móvil la forma de representación de su condición social y de su grupo de afiliación (Skog 2002; Taylor y Harper, 2001). Además que la moda en la tecnología móvil es socialmente significativa, más aún para los usuarios que están formando y expresando su identidad (Campbell, 2008).

El teléfono móvil, en tanto, objeto de moda, produce y entrega información, debido a la necesidad de los individuos a tener un mundo narrado por ellos mismos y como un proceso social que reconstruye continuamente el espacio temporalmente compartido (Fortunati, 2003) y como medio de expresión simbólica de la identidad social (Ling, 1997; Woolgar, 2005). El teléfono móvil es tan fundamental para algunos usuarios que su peso es mayor que las propias funciones de la tecnología; incluso algunos usuarios están dispuestos a

---

sacrificar ciertas funcionalidades del dispositivo por mantener el estilo que proyectan hacia los demás.

Otras características de la sociedad de la comunicación personal vienen representadas por el cambio en la relación entre la tecnología de comunicación y la sociedad, creando y recreando nuevas formas de interacción, coordinación y de percepción del espacio-tiempo-lugar. Un "espacio de flujos" (Castells, 2000:43), donde los lugares existen como puntos de convergencia de las redes de comunicación, adquiriendo un nuevo significado y reconstruyendo el espacio-tiempo en función de las interacciones en red (Castells et al. 2007:172). Una "modernidad líquida" donde lo que importa es la "instantaneidad, la extraterritorialidad, el nomadismo, la velocidad de circulación y el fin del compromiso mutuo" (Bauman, 2005:17).

Con la telefonía móvil, a diferencia de las otras tecnologías, los individuos reconstruyen el sentido del espacio y del tiempo para fines personales, la "personalización del espacio temporal" (Campbell, 2008:13) a propósito de cómo se usa y explota la flexibilidad móvil, "en cualquier momento y en cualquier lugar", para superar las limitaciones tradicionales de espacio y tiempo (Ling, 2004; Bauman, 2005). "La difusión de la tecnología de la comunicación móvil contribuye en gran medida a la propagación del espacio de flujos y el tiempo atemporal como las estructuras de nuestra vida cotidiana" (Castells et al. 2007: 171).

Los cambios en la naturaleza de las mediaciones de la comunicación reflejan y fomentan el desarrollo del "individualismo en red" (Wellman et al., 2003:6). Esta forma de comunicación y las consiguientes interacciones son adaptadas a las preferencias y necesidades individuales, al fomento de una manera más personalizada de interacción y una manera de movilizar la fluidez como las redes de compromiso parcial. La comunicación móvil y la portabilidad inalámbrica facilitan la comunicación personalizada, así la persona es quien se convierte en el objetivo de la comunicación. Es el individuo y no un hogar. La persona es el nodo al que se dirige la comunicación, es la unidad de la

---

conectividad. Persona a persona (Campbell y Russo, 2003) reemplaza la comunicación de puerta a puerta y de lugar a lugar (Wellman et al., 2003).

Una de las premisas es que la mediación de la tecnología permitirá una expansión en los círculos de relaciones de los sujetos. Si antes nuestra interacción se limitaba a los entornos que frecuentábamos y, en consecuencia, a las personas que pertenecen a estos ambientes; “en la actualidad, el espacio creado por las tecnologías de la información y la comunicación extiende los escenarios potenciales de interacción” (Moura y Maciel, 2005:6). En la práctica, puede ser, que esto último constituya un escenario posible, real por lo demás; sin embargo, la tendencia es a interactuar “más” con las personas “más” cercanas (Ito, 2005:7).

Las investigaciones han dado cuenta de nuevas formas de coordinación, cuya característica es la “manera” de conectar y comunicar (Campbell, 2008; Ling e Yttri, 1999, 2002; Ling, 2004). Así, las coordinaciones pueden ser “instrumentales o micro-coordinadas” y “expresivas o hiper-coordinadas” (Yttri y Ling, 1999, 2002; Ling, 2004). La micro-coordinación es pragmática, está en función de las actividades básicas, hacer planes “sobre la marcha”, “avisar que se llega tarde”. Mientras que la hiper-coordinación se refiere a la coordinación expresiva, en una interacción sostenida, es el “modo de conversación” (Liccope, 2003) donde los usuarios charlan, discuten, preguntan, demuestran afectos con los miembros de su red. También pueden permanecer en un “modo conectado”, para asegurar su presencia en distintos espacios de relación, como un indicativo de “estar”, “always on” (Johnsen, 2003: 163; Ureta, 2008; Campbell, 2008; Aguado y Martínez, 2006).

Además, esta individualización de las redes sociales está en función de cierta “selectividad” y “filtros”. Cada usuario decide a quien o a quien no integrar en su agenda o directorio telefónico (Campbell y Russo, 2003; Campbell y Kelley, 2006; Ling, 2004; Park, 2005).

La sociedad de la comunicación personal también impacta en el espacio público y en la esfera privada, en donde los límites de cada uno están en

permanente negociación. Una de las consecuencias de la utilización del teléfono móvil en público es que los "otros", los que escuchan involuntariamente una llamada ajena, co-presencian la conversación (Ling, 2004), siendo incluidos en la audiencia sin querer serlo (Fortunati, 2003). La personalización del espacio público (Plant, 2001; Gener, 2001; Campbell, 2008) implica superponer territorios individuales en entornos colectivos. Entre el que habla a través de su móvil en un vagón del tren y del que tiene enfrente y no tiene otra posibilidad que permanecer en su asiento y hacerse parte de esa conversación extraña, por más que cada uno trate de construir "biombos simbólicos" (Humphreys, 2006:24; Gullestad, 1992; Ling, 1997), mirar hacia fuera, encoger el cuerpo, hablar como si nadie estuviese presente (Campbell, 2004; Ling, 2004; Murtagh, 2001; Paragas, 2005) están en un espacio compartido, y dada la proximidad, cada uno tendrá una intimidad abierta, donde todos podrán ver y oír (Ling, 1997).

Otra manifestación que se evidencia en el espacio público es la "presencia ausente" (Gergen, 2002:3), que se refiere a la presencia física, mental y social en varios lugares a la vez. Cuando en el tren un usuario habla a través de su móvil, sostiene una conversación con quien está al otro lado de la red, está presente en el espacio de la comunicación móvil, pero ausente físicamente; mientras que, simultáneamente, con quien tiene enfrente, quien escucha involuntariamente, está presente físicamente, pero ausente a la misma vez. "El teléfono móvil modifica la presencia y ausencia de los individuos en el espacio social, la configuración social del espacio y del tiempo" (Fortunati, 2000:9). "La persona está físicamente presente, pero es absorbido por otro mundo tecnológicamente mediado "y también estará presente, incluso con el móvil apagado, pues representa para los otros la posibilidad de ser contactado" (Gergen, 2002:5).

La movilidad no sólo se refieren a la circulación de las personas, sino también de otras entidades, de las ideas, las imágenes, las tecnologías, el dinero, que fluyen a través de diversos canales (Urry, 2000). El análisis y la comprensión de "lo social" ya no puede ser concebido a partir de una sociedad que permanece estática. La movilidad constituye un marco discursivo común para

---

comprender las prácticas y los discursos albergados en las tecnologías, pero también en las personas, los objetos, la información y en los estilos de vida. Todos ellos son susceptibles de convertirse en móviles y de participar en el vínculo entre la movilidad y un nuevo orden social (Pellegrino, 2006).

“La movilidad se ha convertido en una palabra clave para el siglo XXI y un poderoso discurso que crea sus propios efectos y contextos. El concepto de las movilidades abarca tanto los movimientos a escala planetaria de personas, objetos, capitales y de información, así como el más local de los desplazamientos cotidianos en el transporte diario y en el espacio público” (Hannam, Sheller y Urry, 2006: 1).

La narrativa de la movilidad ha sabido crear un guión global en torno a las comunicaciones móviles, creando una serie de “spin-off” basados en la trama original, “la muerte de la distancia”, la “eliminación del tiempo y del espacio”, han sido dramas resueltos por la conectividad de los movimientos. El teléfono móvil como dispositivo tecnológico ubicuo, accesible y utilizable en cualquier lugar, en cualquier momento, más allá de las limitaciones espaciales y temporales.

Los antagonistas de esta experiencia, como en cualquier guión sólido, están en función de alimentar el núcleo central de la historia. Aquí, la distancia, el lugar y la frontera no mueren, sino que se reconceptualizan y reestructuran, creando un nuevo sentido de pertenencia en nuestra red de relaciones. El vínculo adquiere mayor significado, se puede estar lejos, pero cerca a la vez; se puede estar distantes, pero próximos a la vez. “A través de la actuación de la telefonía móvil, la posición en el territorio es aún menos relevante, y el usuario puede permanecer cerca de las personas sin importar las distancias. La relación entre la proximidad física y social se desvanece. Un usuario que está siempre disponible, pero no está presente. Distantes, pero conectados; ausentes pero presentes en el espacio comunicativo y presentes, pero ausentes en el espacio social” (Arnold, 2003: 245, citado en Pellegrino, 2006:6).

El viejo paradigma basado en la ubicación tampoco ha desaparecido, ha sido reinterpretado. Lecturas que aparecen contradicciones. ¿Dónde estás?, debe ser, después del Hola!, parte integrante de cualquier conversación sostenida mediante el móvil; la mitad de las opciones de plantilla para escribir un SMS que traen los móviles, parten con la palabra "estoy": "estoy en casa, estoy en el trabajo, estoy en una reunión". La industria, a prácticamente todos los nuevos dispositivos que aparecen en el mercado, les ha incorporado un software de localización y, en algunos casos, GPS. Esto significa que el "sentido de ubicación", "situarse", sigue siendo referencia. Los lugares no desaparecen, adquieren un nuevo significado y permiten evidenciar una "versión" de nuestra identidad.

La desconexión también se ha reinterpretado a propósito de las comunicaciones móviles. "Me desconectaré un momento", "en pausa, "ausente", "no disponible", "voy apagar el móvil unos minutos", "lo pondré en modo silencio", son formas de regular la presencia en las redes disponibles. Para el proceso comunicativo, tiene tanta relevancia la conexión como la desconexión (Fortunati, 2004), en tanto, cada sujeto tenga la autonomía para reiniciar cuando quiera los procesos de vinculación. Lo cierto es que la sola presencia del móvil da "la impresión de estar conectados aunque no lo estemos usando" (Plant, 2001:9). La posibilidad de la conexión hace que los demás estén virtualmente presentes. Los móviles ostensiblemente colocados encima de las mesas de cafés y restaurantes anuncian a los presentes que no estamos solos (Plant, 2001; Lasén, 2006). El simple hecho de llevar un teléfono móvil genera en el portador la expectativa de estar inmediatamente disponible para quien puede llamar (Plant, 2001; Lasén, 2006; Licoppe y Heurtin, 2001).

Una coordinación con poco control. También es posible observar que mientras la oferta de la comunicación móvil nos permite coordinar las actividades diarias, planificar mejor los acontecimientos cotidianos (Ling, 2004) y tener mayor autonomía y control sobre nuestra agenda, lo cierto es que los demás también obtienen acceso a influir sobre esta programación. Hay una explotación contradictoria sobre las características intrínsecas de los valores de

la tecnología móvil. "El teléfono móvil -herramienta paradójica- permite aumentar la autonomía y el control sobre el entorno, y a la vez permite ser controlado y perder autonomía" (Flichy, 2006:7).

Hay una fluidez de accesibilidad facilitada por el móvil. La llamada es móvil, mientras que el receptor siempre está ahí (Roos, 1993), del mismo modo que los demás están siempre potencialmente accesibles para el poseedor del móvil. El uso del móvil es un ejemplo de cómo la disciplina basada en la organización del tiempo y la planificación estricta de distintas actividades se ve reemplazada por una continua accesibilidad a otras personas, a informaciones y a datos (Ling, 2004 citado en Lasén, 2006).

La cultura de la interrupción. Otro aspecto que está en tensión constante es la interrupción, a pesar de cualquier aviso previo, en plenas reuniones, en salas de clases, en el cine, en seminarios, a más de alguien le suena el móvil, teniendo la opción de silenciarlo, apagarlo o contestarlo. La decisión dependerá de las prioridades y de la función que cada uno ocupa en su red social, y de cuánto tenga integrado la comunicación móvil en su vida cotidiana. El espacio que prevalece es a menudo referida como el "frontstage" (Goffman, 1971) mientras que el secundario es el espacio denominado "backstage" (ibíd.). El espacio físico se convierte en un "backstage" cuando un usuario está presente físicamente, pero su prioridad está en el "phonespace" donde tiene lugar la comunicación móvil. (Gergen, 2000; Townsend, 2000; Truch, 2004). "Además, los móviles crean el hábito de tener información inmediata sobre los demás. La mediación del objeto transforma la apreciación subjetiva de cuánto puede y debe uno esperar antes de devolver una llamada, la apreciación también de la urgencia y la importancia de conseguir una información determinada sin esperar más, que no depende tanto, o sólo, de los indicadores que tengamos sobre el contenido de dicha información, sino de las posibilidades de conseguir esa información de manera inmediata" (Lasén, 2006:9).

La cultura juvenil y la apropiación de los SMS. Otro ejemplo, bastante referenciado en la literatura, es sobre cómo los jóvenes adoptaron una



---

propiedad, hasta esos momentos, insignificante de los teléfonos móviles, los SMS, transformándolos en parte compartida y distintiva de su cultura en relación a la cultura dominante, representada por los adultos y sus padres (Goggin, 2004).

Los SMS, en cuanto texto, dieron paso a un vocabulario y a una gramática elaborada desde la práctica, afectando al lenguaje y a la lengua. "En algunos casos, las nuevas formas escritas son signos de subculturas y expresión de la innovación por parte de los usuarios" (Castells et al., 2004: 246). "El mensaje de texto se ha convertido en una lengua codificada en su propio derecho. Una subcultura de códigos complejos y significados sutiles, desarrollándose mediante el uso de una combinación de abreviaturas y fonética" (Gordon, 2002:23). También, la cultura juvenil móvil fue decisiva en la convergencia del móvil hacia un dispositivo multiplataforma de comunicación (Aguado y Martínez, 2006a).

"El SMS permite a los jóvenes hacer a sus allegados confidencias que no se atreverían a hacerles de viva voz; permite asimismo construir o mantener una relación de manera menos comprometida que oralmente. El SMS puede ser utilizado, por ejemplo, al inicio de una relación amorosa o después de una ruptura sentimental. En este último caso, es un medio de retomar un contacto de forma menos comprometedor y así construir una nueva relación distanciada. En el transcurso de una relación amorosa, el SMS es más bien utilizado para confirmar el vínculo, a lo largo del día, mientras que cada uno desarrolla sus actividades profesionales u otras actividades sociales" (Flichy, 2006: 31).

Finalmente, "existe una sobrevaloración del impacto en su uso y con la supuesta capacidad de transformación de las nuevas tecnologías de información y comunicación" (McGuigan, 2005:14). Se le ha asignado demasiado protagonismo por parte de algunos autores, como Howard Rheingold, quien le adjudica el derrocamiento del presidente de Filipinas, Joseph Estada, el 20 de enero de 2001, a la mediación de los aparatos de comunicación móvil (2002:157). Lo mismo ocurre con otros científicos sociales

---

que al momento de analizar el uso y consumo entre adolescentes sentencian que para muchos jóvenes es inconcebible la participación en la vida social, para mantener la red de amistad y para organizar reuniones sin tener un móvil en sus manos (McGuigan, 2005).

Los distintos discursos que se han construido en torno al teléfono móvil han tendido a magnificar su "santidad". La publicidad ha colaborado en construir un imaginario social sobre la telefonía móvil mistificando su importancia, la que promueve su amplia adopción y su rápida sustitución, creando la necesidad por su posesión (Pellegrino, 2006). El discurso publicitario, por ejemplo, ha persuadido a todos a pasar a la generación 3G, comparativamente más cara, pero que conlleva una amplitud de aplicaciones, permitiendo usos múltiples del dispositivo, aunque la mayoría lo consume pero no lo use. Pero no sólo en términos técnicos, sino que la publicidad le atribuye cualidades afectivas y emocionales, de vivir la experiencia del movimiento, de la libertad, en la conectividad, la interacción y la ubicuidad (Pellegrino, 2006). "Para siempre, sin límites", "Regala libertad" (Amena); "Cambia la manera de conectar" (Movistar); "Te estimo", "Es tu momento" (Vodafone); "Estarás orgulloso de tu móvil" (Movistar); "Busca el momento para cuidar las relaciones más importantes" (Orange); "Tienes un móvil monstruoso, cámbialo...te mereces algo mejor" (Movistar), son algunos ejemplos de las últimas campañas publicitarias en España (La Rentadora, TV3, 2008).

A su vez, el discurso institucional, proveniente de organismos públicos, institucionales, reguladores, legisladores, han orientado su acción a través de énfasis normativos del sector, tanto hacia los actores del mercado (empresas y organismos fiscalizadores) como hacia los ciudadanos. La concepción del discurso institucional ha tendido a favorecer el imaginarios que con las tecnologías en nuestros vidas y en nuestros hogares se vivirá mejor (Pellegrino, 2006).

Por su parte, los diseñadores de la tecnología en la industria de la comunicación móvil tienen un peso importante en la construcción del discurso. Promueven la corrección hacia la actualización constante, siempre habrá un

---

nuevo modelo incubándose y probándose, lo nuevo será viejo rápidamente. La tendencia es hacia la ubicuidad, El teléfono se conecta a la visión de un entorno ubicuo a través de la idea de un dispositivo universal que concentra en sí mismo todos los diversos dispositivos que llevamos con nosotros, lo que refuerza la convergencia como marco dominante (Aguado y Martínez, 2006a; Pellegrino, 2006).

## **EL PARADIGMA DE LA MOVILIDAD**

La promesa de movilidad no es igual para todos. Más difícil es para el que es considerado diferente y distinto. Hay nuevos lugares y tecnologías que mejoran la movilidad de algunos pueblos y sujetos, pero a la vez aumentan la inmovilidad de los demás, especialmente entre los que tratan de cruzar las fronteras (Sheller y Urry, 2005; Verstraete, 2004; Augé, 2008; Bauman, 2005; Ureta 2008). La globalización, concebida como libre flujo de capitales y mercancías, libre comercio y globalización de los mercados, nos muestra su rostro antidemocrático cuando se trata de seres humanos pobres. En cada foro internacional, los países ricos presionan a los países pobres para que tomen medidas que favorezcan sus intereses inmediatos. Sin embargo, al mismo tiempo, endurecen sus políticas migratorias para evitar que los pobres de la tierra se instalen en sus ciudades. Las sociedades ricas aborrecen los extranjeros pobres que vienen a disputar empleos a muchos de sus propios marginales. Las sociedades más prósperas, mimadas en el consumismo suntuario, reniegan de su fundamento democrático para salvaguardar su propio modo de vida (Cuadra, 2008).

Hace tiempo que el valor de la "movilidad" se ha instalado muy por encima de los atributos asignados al "sedentarismo". La nueva forma de habitar el espacio-tiempo hace hincapié en que todos los lugares están vinculados, por lo menos, por medio de delgadas redes de conexiones que se extienden más allá de de los lugares, en el que interactúan múltiples movilidades (Sheller M. y Urry J, 2006).

---

Asociamos "levedad" o "liviandad" con movilidad e inconstancia: la práctica nos demuestra que cuanto menos cargados nos desplazamos, tanto más rápido será nuestro avance. Estas razones justifican que consideremos que la "fluidez" o la "liquidez" son metáforas adecuadas para comprender la naturaleza de la fase actual -en muchos sentidos nueva - de la historia de la modernidad (Bauman, 1999).

"La principal técnica de poder es ahora la huida, el escurrimiento, la elisión, la capacidad de evitar, el rechazo concreto de cualquier confinamiento territorial y de sus engorrosos corolarios de construcción y mantenimiento de un orden, de la responsabilidad por sus consecuencias y de la necesidad de afrontar sus costos. En la guerra líquida, por ejemplo, no interesa la conquista del territorio, ya que no hay presupuesto para asumir las consecuencias administrativas y gerenciales, lo que importa es la demolición de los muros que impidan el flujo de los nuevos poderes globales fluidos" (Bauman, 1999:4).

El advenimiento de la era moderna significó, entre otras cosas, el ataque consistente y sistemático de los "establecidos", convertidos al modo de vida sedentario, contra los pueblos y los estilos de vida nómadas. Durante toda la etapa sólida de la era moderna, los hábitos nómadas fueron mal considerados, perseguidos, enjuiciados. La ciudadanía iba de la mano con el sedentarismo (Bauman, 1999). "La época de la superioridad incondicional del sedentarismo sobre el nomadismo y del dominio de lo sedentario sobre lo nómada tiende a finalizar" (Bauman, 1999:5).

En la "modernidad líquida" (Bauman, 1999, 2000) se plantea reorientar la investigación fuera de las estructuras estáticas del mundo moderno, con el propósito de ver cómo las entidades sociales incluyen a personas, máquinas, información e imágenes en los sistemas de circulación. Hay un cambio en la manera de ver la modernidad, de ser visto como algo sólido, estable y repetitivo, a uno que es líquido, flexible y voluble. "Los sólidos conservan su forma y persisten en el tiempo: duran, mientras que los líquidos son informes y se transforman, constantemente: fluyen. Como la desregulación, la flexibilización o la liberalización de los mercados" (Bauman, 2000: 21).

“El siglo XXI está organizado en torno a nuevas “máquinas” que se conectan con “las personas” para que éstas tengan más capacidad de movilidad por un espacio construido en un pequeño mundo de conexiones para “ir”. Así, pues, “las personas” se convierten en diferentes nodos de múltiples máquinas de habitar y de moverse. [...] Mediante el hecho de habitar (o de internalizar) estas máquinas humanas conseguirán que tomen vida. Estas máquinas están miniaturizadas, privatizadas, digitalizadas y movilizadas; incluyen MP3, iPod, teléfonos móviles, televisiones individuales, ordenadores portátiles conectados a Internet, coches/bicicletas de tamaño reducido, viajes de realidad virtual, lugares de teleinmersión, agendas personales, conexiones inalámbricas wi-fi, helicópteros, barcos de tamaño reducido, y muchos otros ingenios que surgirán. Estas máquinas estarán imbricadas con el aspecto corporal” (Sheller y Urry, 2006, citado en Vivas y Ribera-Fumaz, 2007:18).

La movilidad, la aceleración líquida, implica una serie de inmovilidades que están en el centro mismo de la dinámica y configuración de la vida social, como son la concentración económica, el poder político, acumulación territorial, que generan exclusión social, desigualdades y asimetrías, vivenciadas por los sujetos que sufren limitaciones y prohibiciones para la circulación. “La movilidad es un recurso para que no todo el mundo tenga una relación de igualdad” (Skeggs, 2004:49; Morley, 2000, citado en Sheller et al., 2006:12). En síntesis, el acoplamiento de infraestructuras e instituciones que permitan la movilidad no implica ni que todos los espacios estén igualmente conectados ni que todo el mundo (ni todos los objetos ni ideas) puedan escoger cómo, cuándo y por dónde moverse. La capacidad de movilidad se diferencia socialmente y el impacto de los choques sobre estos acoplamientos también es desigual, gran parte de la población del mundo no está en condiciones de participar en una vida en movimiento y son aún más excluidos socialmente (Sheller et al., 2006; Creswell, 2006).

En el caso del teléfono móvil, “el tamaño del objeto acentúa el vínculo de intimidad” (Fortunati, 2004:11). El simbolismo de los objetos pequeños enfatiza su carácter lúdico y personal. Un objeto que se mueve con nosotros, guarda informaciones íntimas (números, fotos, mensajes) y mediatiza nuestras

---

comunicaciones personales. Hablar de movilidad, y que esté tan presente en el discurso actual, es en gran parte a propósito del teléfono móvil: movilidad del usuario, del aparato y de los servicios (Lasén, 2006).

“Los ciudadanos y las ciudadanas del presente nos hemos convertido en unos híbridos urbanos móviles (Simmell, 1999; citado en Baltà, 2007:47, Vivas y Ribera-Fumaz, 2007:20), por ejemplo, somos *carsons* (*car+person*), *bisons* (*bicycle+person*), o *putrasons* (*public transport+person*); y, además, estas “combinaciones urbanas híbridas las rodean, mediatizan y gestionan las nuevas tecnologías” (Vivas y Ribera-Fumaz, 2007:20).

## DESPLAZAMIENTOS Y TRAYECTORIAS

Siguiendo con la lógica anterior, también somos “*movilsonas*” (teléfono móvil+personas), es decir, la resultante de una acción compartida entre sujetos y objetos, de una formación y transformación mutua. Esta acción se constituye en prácticas multisituadas, en particulares espacios y tiempos, donde otros “actantes” —grupos, individuos, objetos— están implicados. Los usos del móvil por lo tanto son distribuciones de competencias y acciones entre sujetos y objetos (Lasén, 2006; Latour, 1992).

El teléfono móvil pertenece a la categoría de lo que Bruno Latour (1992) ha llamado “móviles inmutables” (citado en Lasén, 2006: 2), objetos que pueden transportarse, moverse, mientras que su información permanece de un lugar a otro, lo que explica su utilidad para actuar a distancia. Otros objetos nómadas actuales además del móvil, serían los ordenadores portátiles, PDAs y reproductores mp3 (Lasén, 2006). Lo tecnológico –lo no-humano, lo no-natural– es simbólico; no tiene sustancia por sí mismo, como tampoco la tiene lo humano, lo natural. Ninguno de los dos son reales, por eso son –somos– lo mismo, “ellos son nosotros” (Latour, 1994: 300).

La noción de actor se sustituye por la de “actante” (Latour, 1994), entidad dotada de la capacidad de actuar rechazando la división tajante entre

---

naturaleza y sociedad, entre lo humano y lo no humano. Todos somos "actantes", objetos-instituciones (Latour, 1994). El Actor-Red (los antiguos sujetos y objetos; los actuales actantes) es multidimensional y pluri-interaccional. Es en este flujo, en esta red, donde se incluye lo no humano en el discurso científico. Los humanos y los objetos (los no humanos) están sujetos a una alianza permanente que subvierte, que va más allá de lo tangiblemente social. Esta relación íntima es lo que constituye el núcleo de toda la interacción social. Sin ella lo social –ni lo científico, ni lo real- tiene sentido. Tampoco lo material (Latour, 1994).

Los "actantes" están inmersos en los procesos de producción y consumo, consumo como acto de producción, la identidad del sujeto y la del objeto se difuminan (Latour, 2001). La noción de red de traducción se refiere a una realidad compuesta en la cual las inscripciones, dispositivos técnicos, actores humanos son puestos juntos e interaccionan. Las redes se amplían o contraen de acuerdo con la extensión de los grupos que participan y las traducciones que se movilizan.

Existe la percepción que todo está en movimiento, lo que hace que las velocidades de las redes sean cada vez más rápidas. La idea de velocidad va asociada a que "ir rápido quiere decir hacer pocas paradas" (Ascher, 2004: 345). Las movibilidades también incluyen movimientos de los medios de comunicación, de las imágenes y la información a nivel local, nacional y mundial; pero también, incluyen a las infraestructuras fijas, digitales y redes inalámbricas que son las que organizan el flujo intermitente, así como las fronteras o "puertas", que están regulando la circulación o movimiento previsto (Sheller y Urry, 2006).

La movilización de las necesidades y las características de la co-presencia, han tendido hacia la personalización de las redes (Wellman, 2001). Las personas requieren coordinación, estar programados, acceder a la información de manera inmediata, sin intermediarios, "ahora mismo", conectividad "for ever". Así, cuanto mayor es la personalización de las redes, más importantes son los sistemas para facilitar la individualización. "Esta nueva

(in)sensibilidad exige a los individuos flexibilidad, fragmentación y compartimentación de intereses y afectos, se debe estar siempre bien dispuesto a cambiar de tácticas, a abandonar compromisos y lealtades" (Vázquez Rocca, 2008:15). "Hay cierto miedo a establecer relaciones duraderas y a la fragilidad de los lazos solidarios que parecen depender solamente de los beneficios que generan" (Bauman, 2000: 23). "La esfera comercial lo impregna todo, pareciera que las relaciones se miden en términos de costo y beneficio, de "liquidez" en el estricto sentido financiero" (Vázquez Rocca, 2008:15).

Este marco posibilita dar cuenta de una de las preguntas de esta investigación que se interroga si acaso existen diferencias, que se pueden observar mediante el uso del teléfono móvil, entre lo que implica estar contactado, conectado o integrado. Es decir, dado este escenario que permite la personalización de las redes, los sujetos mayores se relacionarán, unos a otros, en función de la "calidad del vínculo", "la (s) función(es) que cumple en su(s) red(es) más próxima(s)" y los "réditos" que espera obtener de la interacción comunicativa.

Sin entrar a calificar las diferentes topografías de las redes sociales, ya que no es objeto de este estudio, sólo con el fin de precisar el lugar donde se observa, se puede decir que son "una red de lazos interpersonales que proporciona sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social" (Wellman, 2001:12), o "las que forman las personas al relacionarse con otras", con un nuevo ingrediente, "la eclosión de una nueva esfera de relación social que pone en contacto a millones de personas cada día, a propósito de las nuevas tecnologías y de sus consecuencias directas" (de Ugarte, 2007: 23). La evidencia histórica demuestra que la tecnología, en especial la de comunicaciones, "genera las condiciones de posibilidad de los cambios en la estructura de poder" (de Ugarte, 2007:29), ejemplo de esto ha sido el telégrafo, las agencias de noticias, la informática, los ordenadores, Internet, las redes LAN, entre otras. En la literatura se identifican dos grandes tipos de redes, las descentralizadas y distributivas. En las redes distributivas, por definición, nadie depende de nadie en exclusiva para poder llevar a cualquier



---

otro su mensaje. No hay filtros únicos. Un emisor cualquiera no tiene que pasar necesariamente y siempre por los mismos nodos para poder llegar a otros "todo actor individual decide sobre sí mismo, pero carece de la capacidad y de la oportunidad para decidir sobre cualquiera de los demás actores" (Bard y Söderqvist, 2002 citados en de Ugarte, 2007:30). En este sentido, toda red distribuida es una red de iguales, aunque haya nodos más conectados que otros. En cambio, en las redes descentralizadas aparece la jerarquía, "mientras más arriba de la pirámide informacional, menos se depende de los demás para recibir información y más posibilidades de transmitirla se tendrá. La capacidad para unir voluntades se concentra en pocos nodos" (de Ugarte, 2007:41-53).

En el contexto de las personas mayores y el uso de la telefonía móvil, salvando los estereotipos recurrentes y majaderos que los instalan como un anciano abandonado, incapaz y que vive en soledad, o como dice Bauman los que son considerados "desechos humanos", para referirse a los desempleados (parados), vistos como "gente superflua, excluida, fuera de juego", los que representan los "excedentes", "innecesarios". "Para la economía sería mejor si los desempleados desaparecieran. Es el Estado del desperdicio, el pacto con el diablo: la decadencia física, la muerte es una certidumbre que azota. Es mejor desvincularse rápido, los sentimientos pueden crear dependencia. Hay que cultivar el arte de truncar las relaciones, de desconectarse, de anticipar la decrepitud, saber cancelar los contratos a tiempo" (Vázquez Rocca, 2008:3).

Si los estereotipos se impusieran, no cabría la posibilidad de observar a las personas mayores en su desempeño relacional a través del teléfono móvil en una red de comunicaciones personales, porque a priori se deduciría que carecen de vínculos y que experimentan un empobrecimiento de sus relaciones sociales. Varios podrían pensar lo improductivo y poco eficiente que es explorar esta relación entre los mayores y tecnología móvil, ya que las dificultades que implica adaptarse a la jubilación, la pérdida de capacidad adquisitiva, la desorganización de la vida, la pérdida de roles y estatus, la desvinculación social, la pérdida de amistades, el empobrecimiento de las relaciones sociales, la reducción de las actividades extradomésticas, la viudez,

la dispersión de los hijos, los problemas de salud, la infravaloración personal, serían suficientes motivos para desestimar cualquier posibilidad por encontrar una nueva evidencia que los retratase fuera de los patrones recurrentes.

¿Pero esto quiere decir que no son parte de ninguna red?, ¿qué no existen en ninguna parte?, ¿O el tamaño de la red digital proyecta su participación en la vida social? O más bien esto quiere decir que dada la inflexibilidad, la falta de fluidez, de como se interpreta la noción de ser mayor y la propia noción de "red" imposibilita interpretar las trayectorias de estos sujetos, por tanto, se le asigna una limitada capacidad de interacción comunicativa.

Entonces se debe recurrir a un marco interpretativo, lo suficientemente flexible que nos permita (que nos libere) instalar a las personas mayores como actor, en donde se asuma que todos los elementos en una red, humanos y no humanos, pueden y deben ser descritos en los mismos términos, como una oportunidad de trazar un recorrido, un desplazamiento, la experiencia del viaje, más allá de la distancia, más allá de lo cerca, lejos o próximo; más allá si la red es pequeña o grande; más allá del "dentro" o del "fuera", incluso más allá de pensar todas las asociaciones en términos de red, es la simple acción de moverse junto a artefactos e intersubjetividades.

Una de las acepciones más difundidas de la noción *red* es la de "Actor-Red" (Latour, 1999, 2000, 2005). Los promotores del término han señalado que un "objeto científico-técnico es el resultado de la mezcla de entidades humanas y naturales, pero que actúa socialmente con las características de un actor situado entre dinámicas sociales y leyes naturales, gracias a las posibilidades instrumentadas de ambas" (Callon, 1986: 22). "Cualquier elemento de un sistema puede, en determinadas circunstancias, representar un papel crucial en el comportamiento del conjunto" (Callon, 1986: 32) y "por esta razón se ha interpretado que ese elemento protagónico tiene el rango de actor representativo del sistema organizado en términos de red (Arellano, 2003:5).

Latour (2005) profundiza en la teoría del Actor-Red hasta plantear "cinco incertidumbres que dan paso a una redefinición de lo social: (1) no existe un

solo grupo de pertenencia, sino que las situaciones personales son en sí referidas a múltiples formaciones grupales; (2) las acciones se entienden en el contexto de múltiples interacciones, hasta el punto de que no es sujeto quien inicia la acción sino que es diana de otras muchas interactuando a su alrededor; (3) las acciones no son solo construcciones humanas, también comprenden lo material, de manera que los objetos (y no solo los sujetos) influyen de forma determinante en el devenir personal; (4) los "hechos fácticos", dados a priori, son también construcciones sociales; (5) la construcción de textos que reflejan situaciones (desde un punto de vista empírico) se basa igualmente en la descripción de la red de mediaciones en torno a un acontecimiento. "Lo social", al fin, es definido como "una asociación momentánea que se deduce interpretando las formas de agrupación de los actores" (citado en Domínguez Figaredo, 2007:4).

En la base de su Teoría del Actor-Red, Actor Network Theory, (ANT), Latour diferencia entre intermediarios y mediadores sociales. A través de los primeros, los significados y contenidos se transportan sin modificarse; el input es prácticamente igual al output. Los mediadores, por el contrario "transforman, traducen, distorsionan y modifican los significados o los elementos que se supone transportan" (Latour 2005, citado en Domínguez Figaredo, 2007:5). "Los artefactos tecnológicos no son intermediarios, son auténticos mediadores que co-construyen y transforman la realidad" (Seguí Dolz, 2008: 2). "Nos colocamos en una situación más realista, en la que los humanos actúan restringidos y posibilitados por los artefactos, por los actos lingüísticos de otros actores y por las construcciones intersubjetivas. Por su parte, "los artefactos actúan exclusivamente en interrelación con los humanos (por ejemplo, un automóvil abandonado en la selva regresa a su estado salvaje, sufre las consecuencias del medio natural y deja de ser propia y simbólicamente un automóvil)" (Arellano, 2003:5).

Latour (2005) considera que se ha abusado de la noción de *red* y esto ha provocando algunos malentendidos. El primer malentendido, es considerar a la *red* únicamente como una red-técnica, como una red hidrológica, ferroviaria, telefónica, informática, inalámbrica. "En efecto, existen algunas

tecnologías que tienen el carácter de red, porque involucran a elementos distantes que pueden ponerse en circulación de acuerdo a ciertos puntos estratégicos, pero una red-técnica es solamente un final posible y un estado estabilizado de un sistema de elementos que no puede considerarse como una metáfora básica del Actor-Red, porque este puede carecer de todas las evidencias de un dispositivo social-técnico" (citado en Arellano, 2003:6). Además, se ha utilizado la noción de red, como una "relación de actores humanos individuales limitándose a su frecuencia, distribución, homogeneidad y proximidad, utilizando conceptos globales como instituciones, organizaciones, estados y naciones adicionándole el término red, una posición relativista y reducida de asociación" (Arellano, 2003:7).

Paralelamente, se ha interpretado que el Actor-Red es un "humano individual (generalmente referenciado en masculino) quien desea mostrar y extender su poder en una red de aliados haciendo redes de trabajo o enlazando actores" (Latour, 1996:373, citado en Arellano, 2003:5). También, se ha considerado a la red como "un sinónimo de información, a la vez que sinónimo de rapidez, de contacto inmediato sin intermediarios, de manera que la noción pierde la capacidad de designar el trabajo de los intermediarios" (Arellano, 2003:5).

Hay elementos cercanos, si son desconectados pueden resultar infinitamente remotos, y al contrario, hay elementos que pueden aparecer a una gran distancia pero que pueden ser atraídos. Existe una dificultad en definir todas las asociaciones en términos de redes, por ello en lugar de pensar en términos de proximidad o de distancia, habría que referirse a los contactos, conexiones o a las integraciones. "Una red nunca es más grande que otra, es simplemente más larga o más intensamente conectada y si permite o no el establecimiento de una conexión estable entre dos elementos" (Latour, 1996, citado en Arellano, 2003:8).

Es a través de este proceso que el mundo se construye y se desconstruye, se estabiliza y se desestabiliza. Por esto "la identidad de los actores y sus tallas respectivas son situaciones, apuestas permanentes en las controversias que se desarrollan" (Callon, 1986:174), por lo que se puede hablar de inter-definición

---

de los actores. Contra las rigideces sociológicas propias de las nociones de "sistema" o de "funciones", Callon y Latour nos invitan a "seguir a los actores" en sus múltiples actividades de "traducción", donde los actores trabajan constantemente para traducir sus lenguajes, sus problemas, sus identidades o sus intereses (en) (junto a) los de los otros (inter-traducción), creando y recreando fronteras y funciones, las "controversias" que se desarrollan. "En esta perspectiva, la lista de los actores pertinentes (individuos, grupo u objetos), así como sus propiedades y las reglas del juego al que juegan, no están nunca dadas de una vez por todas ni para todos" (Arellano, 2003:8).

Traducir es desplazar: "desplazamientos de objetivos o intereses, o también desplazamientos de dispositivos, de seres humanos, de larvas o de inscripciones" (Callon, 1986:203). En la inter-definición de los actores hay interdesplazamientos. "Saliendo del esquema binario reproducción/cambio, la noción de desplazamiento permite encarar todo un conjunto de prácticas cotidianas que han de mover, cuán más y cuán menos, los estados del mundo más o menos estabilizados" (Arellano, 2003:9).

La *red* está en todas partes. La *red* constituye el patrón contemporáneo del conocimiento científico, de los problemas sociales, de los éxitos artísticos y de las mayores desgracias. El deseo de la singularidad se dobla con este otro placer de las interacciones masivas; la ambición de independencia se cruza con el excitante deseo de conexión. Los lazos con los demás son menos fuertes que nunca, pero lo son con un número de personas incomparablemente mayor. "La experiencia cotidiana ha demostrado que los lazos más tenues y alejados de nuestro círculo son los que nos abren oportunidades de superior valor. Los más cercanos redundan con nosotros, nos acompañan tanto como nos cercan y son estériles para proporcionarnos ocasiones imprevistas. Si no se está conectado no se es nadie. Lo decisivo no es la colectividad sino la conectividad, la orgía de las conexiones" (Verdú, 2005: 184-195).

---

## LA VENGANZA DE LOS NÓMADAS

Bauman dice a propósito de la modernidad líquida: "estamos asistiendo a la venganza del nomadismo contra el principio de la territorialidad y el sedentarismo" (1999:5). "El advenimiento de los teléfonos celulares puede funcionar como el definitivo "golpe fatal" a la dependencia del espacio: ni siquiera es necesario acceder a través de una boca para poder dar una orden y controlar sus efectos. Ya no importa dónde pueda estar el que emite la orden -la distinción entre "cerca" y "lejos", o entre lo civilizado y lo salvaje-, ha sido prácticamente cancelada" (Bauman, 2007:13).

La omnipresencia de esta cultura hipercomunicada y sin lugar fijo genera un nuevo punto de vista y un nuevo sujeto actor. Los nómadas serían una "lectura romántica de la movilidad", "la idealización de circulación, o la transformación de un movimiento en un fetiche, depende de la exclusión de otros que ya están posicionados desde su imposibilidad de moverse de la misma manera" (Kaplan, 2004:152). Lo "líquido" de la modernidad —volviendo a la concepción de Bauman— se refiere a la conclusión de una etapa de "incrustación" de los individuos en estructuras "sólidas", como el régimen de producción industrial o las instituciones democráticas, que tenían una fuerte raigambre territorial. Ahora, "el secreto del éxito reside (...) en evitar convertir en habitual todo asiento particular. La apropiación del territorio ha pasado de ser un recurso a ser un lastre, debido a sus efectos adversos sobre los dominadores: su inmovilización, al ligarlos a las inacabables y engorrosas responsabilidades que inevitablemente entraña la administración de un territorio" (Vázquez Rocca, 2008:3).

Existen dos espacialidades muy diferentes. Por un lado, "el espacio sedentario, construido mediante muros, recintos o recorridos; y por otro lado, el espacio nómada, que es liso" (Deleuze et al., 1988:21). "En otras palabras, el espacio sedentario es más denso; el espacio nómada es menos denso, más líquido, y por lo tanto, es un espacio vacío. El espacio nómada es un hueco infinito deshabitado y a menudo impracticable: un desierto donde resulta difícil orientarse, al igual que en un inmenso océano, donde la única huella que se reconoce es la huella dejada al andar, una huella móvil y evanescente"

(Careri, 2005, citado en Vivas y Ribera-Fumaz, 2007:22). Así la "subjetividad nómada" posee la peculiaridad de conocer el territorio palmo a palmo, de ir descubriendo con el trayecto aquel espacio liso que todavía no ha experimentado. "La identidad nómada es aquella que va ocupando aquel espacio vacío, que lo va habitando, que lo va poseyendo, que se aferra sin querer marcharse, sin quererse ir" (Deleuze *et al.*, 1988:32). "En este proceso de translación por el hueco, ella misma se va llenando de formas sociales y de significados urbanos con la ayuda de la experiencia del proyecto. Una vez llegado a este punto, se inicia un nuevo trayecto en una nueva realidad, en la cual empieza a desprenderse de aquello que se había llevado del primer viaje e inicia un proceso de destierro, de desprenderse de todo aquello que ha acumulado, pero al mismo tiempo es un proceso de conocer nuevos lugares y de insertarse de nuevo en la tierra más próxima que la circunde. Y llegados a este punto, gira de nuevo, para iniciar ya un tercer viaje de desterritorialización" (Deleuze *et al.*, 1988 citado en Vivas y Ribera-Fumaz, 2007:23).

Habitamos, pues, en los "ambientes de la movilidad" (Bertolini *et al.*, 2003 citado en Vivas y Ribera-Fumaz, 2007:23), en espacios que invitan, sobre todo, a "pasar", a "estar de paso", a "transitar", todos ellos en función de darnos la sensación (emoción) de vivir (ser-estar) entre un conjunto de conexiones múltiples y extendidas, a menudo a largas distancias, organizadas en ciertos nodos. Las redes digitales pueden ser pensadas desde los no-lugares (Augè, 2003), como dos realidades complementarias, pero distintas. Los espacios constituidos para ciertos fines y la relación que los individuos mantienen con esos espacios, por medio de un acto contractual. El individuo sólo es lo que hace (usuario, pasajero, conductor) y participa del sistema (vial, comercial, bancario, tecnológico), en la medida que su propia imagen provenga de una identidad compartida (semejantes a otros, similitud) – vía homogenización del consumo- para ponerse en una determinada posición (Cuadra, 2006).

El espacio del "no-lugar" no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud; no hay historia, solo actualidad e inmediatez (Augé, 2003). El "lugar-ausente", "un espacio sin lugares significativos, que promueve una actitud

---

subyacente que no admite la importancia de los lugares (...) donde se sustituye la diversidad y el contenido distintivo por la uniformidad" (Relph, 1976, citado en Ritzer, 2007:80).

De "espacio de lugares" a "espacios de flujos" (Castells, 1999). Éstos son los lugares del "movimiento intermitente" (Sheller *et al.*, 2006: 213); espacios que se constituyen en "corredores urbanos" relativamente lisos (Lasén, 2006), por los cuales nos podemos mover fácilmente; "espacios de transición espacial, en los cuales se potencia la concentración de personas en la ciudad tecnológica global" (Gottdiener, 2001, citado en Sheller *et al.*, 2006: 219). "Espacios trayecto" que ofrecen la posibilidad de ir de un nodo a otro en y por una realidad urbana en la cual se mezclan los aspectos físicos y los aspectos virtuales; "tubos espaciales", compuestos por ejes y radios, que crean una red estrechamente relacionada con los movimientos rápidos" (Vivas y Ribera-Fumaz, 2007: 23).

El análisis implica el examen de las movilidades y las consecuencias para los diferentes pueblos y lugares, los carriles lentos y los carriles rápidos de la vida social. Las tecnologías no sólo median en la movilidad, sino que transforman la manera en que se es móvil y la capacidad de moverse, donde mejoran la movilidad algunos al tiempo que se refuerza la inmovilidad de los demás (Sheller *et al.*, 2006: 220, Ureta, 2008).

Cada vez se está haciendo más común oír hablar del "ciudadano nómada", como aquel usuario de las nuevas tecnologías que se desempeña favorablemente en la sociedad móvil (Urry, 2005). Al nómada se le asocia con estar "hiperconectado", de llevar consigo una buena cantidad de dispositivos electrónicos y hacer uso de un número considerable de aplicaciones. Mientras más dispositivos llevemos seremos mejor vistos, mientras más aplicaciones tengamos abiertas más en red y más conectados pareceremos (Bauman, 2005).

Sin embargo, es necesario hacer una precisión al respecto. Para algunos, la variable que define a un "nómada" en el contexto digital, es por el tipo de



---

gadget que lleva consigo, para otros es la "conectividad" y la forma de ocupar el espacio, como elemento diferenciador. Para ello, Paul Siffo (2006), trend-watcher en Silicon Valley, propone una taxonomía para los usuarios móviles.

Si se observa con detención qué es una persona nómada, "nos encontraremos que éste se define por aquello que "no" porta consigo" (Siffo, 2006:1), porque entienden que será el propio medio ambiente el que les proveerá de lo necesario para satisfacer sus necesidades. Un ciber-nómada, entonces, será aquel que confía en que la ecología urbana le proporcionará los puntos de conexión necesarios para satisfacer sus necesidades de comunicación e información, por eso se desplaza con libertad, recorre la ciudad, sin ningún peso, ni ninguna carga. Saben donde están los hotspots o cómo encontrarlos cerca. Mientras más convergente sea, el teléfono móvil será el único representante del nomadismo (Saffo, 2006).

Otra categoría, propuesta por Saffo, son los "ciber-astronautas", quienes por el contrario de los nómadas, se aventuran en un territorio desconocido, por lo que deciden llevar consigo todo tipo de dispositivos tecnológicos porque desconocen el territorio por el que se desplazan. Así como los astronautas espaciales tienen que llevar su propio oxígeno y su propia infraestructura, los ciber-astronautas se deben preocupar por todo lo que los nómadas dan por sentado, la red inalámbrica e incluso la red de electricidad (Saffo, 2006).

A mitad de camino, entre los nómadas y los astronautas, existe una tercera categoría, es el "cangrejo ermitaño". Aquellos que insisten en cargar con todo lo tecnológico que poseen, sin discriminar ni priorizar, independiente del territorio, si lo dominan o no, prefieren cargar con sus ciber-herramientas, como el cangrejo ermitaño, que carga con toda su casa en la espalda (Saffo, 2006).

Por último, están los "ciber-senderistas". Son aquellos que se parecen a los mochileros compulsivos, cuidadosos de llevar consigo sólo lo necesario, lo ciber-esencial, practican una acción racional sobre sus dispositivos tecnológicos. "Los cangrejos ermitaños podrían ser ciber-senderistas, pero son

---

demasiado perezosos, desorganizados y poco disciplinados para hacer decisiones racionales sobre lo que deben llevar y qué dejar atrás" (Saffo, 2006: 2).

También se ha confundido la migración con el nomadismo o con el estar de viaje. Los seres humanos siempre han emigrado y viajado, sin necesidad de vivir una vida nómada. El nomadismo que surge ahora es diferente, e implica mucho más que moverse de un lugar a otro. El nómada moderno puede ser un adolescente de Barcelona, Nueva York o Bogotá, un empleado o un ejecutivo. Puede ser que nunca hayan salido de su ciudad o que hayan realizado miles de millas transoceánicas. De hecho, hasta qué punto se mueva es totalmente irrelevante, incluso si se limita a un pequeño perímetro. No obstante, tiene una nueva y diferente relación con el tiempo, el lugar y con las otras personas. "La permanente conectividad no implica movimiento, esa es la cosa crítica" (Castells et al., 2007:121).

Satchell, C. y Supriya, S. (2005), a propósito de un estudio realizado entre jóvenes australianos, propone cuatro categorías. Los "nómadas", se caracterizan por estar siempre en movimiento entre los diferentes grupos y actividades y, a diferencia de las generaciones anteriores, no han centralizado los lugares de encuentro. Se desconectan físicamente, tienen estilos de vida fragmentados, sin una base consistente. Sin embargo, debido a que prácticamente están conectados a través de sus terminales de telefonía móvil, pueden perfectamente elaborar su propio mapa de viajes a través de una continua serie de actividades y eventos. Esto se ajusta a la idea de Deleuze y Guattari (1987), quienes dicen que los nómadas se caracteriza por la libertad de circulación y de no estar limitado por el tiempo y el espacio, "uno puede levantarse en cualquier momento y pasar a cualquier otro" (Satchell, C. y Supriya, S. 2005: 14). Para estos usuarios, el dispositivo se convierte en un sustituto como base el hogar o salón virtual desde donde los nómadas pueden mantener una continua presencia virtual (digital).

Otra categoría que identifican es el "icónico". Son los usuarios que personalizan el aspecto y / o el sonido de sus teléfonos móviles a fin de reflejar

---

su gusto y estilo. Para estos usuarios, el teléfono móvil ha trascendido su funcionalidad como un dispositivo de comunicación y se ha convertido en un icono o símbolo de estatus. Baudrillard (1983) considera que el consumidor busca la creación de un sentido de identidad, tanto individual como colectivamente. En este sentido, el móvil puede crear o reforzar la identidad, el estado del dispositivo es mucho más significativo que el propio dispositivo real (Hulme y Peters, 2001). Más bien, se ha convertido en un símbolo del estatus del propietario, la aceptación social y la popularidad. Una tercera categoría son los "Updaters", Plant plantea que la mejor respuesta ante la pregunta ¿dónde estás?, es "sobre el móvil" (2001: 29). Esto es la posibilidad que la persona que llama puede estar en cualquier lugar, acompañado de la idea de la necesidad de "situarse", de la "actualización", es decir, la necesidad de actualizar sus acciones a los demás. Esta categoría destaca la forma en que la tecnología móvil permite a los usuarios mantener su presencia virtual en cada una de las otras vidas, creando una nueva generación de "Always On" con sus redes. Lo "hiper real" para un updaters es utilizar su tecnología para producir y compartir sus propias experiencias. Ellos se están convirtiendo en activos productores de contenido en lugar de consumidores pasivos de la tecnología, utilizando sus propias experiencias para crear nuevas significado consensual (Satchell, C. y Supriya, S. 2005).

Finalmente, presentan a los que denominan "resistentes". Muchos usuarios no traducen su experiencia en un abrazo incondicional de un estilo de vida generados por la tecnología móvil. Amor y odio, aquellos que no necesitan hacer un uso social del móvil, sino por razones prácticas, como en caso de emergencia o por seguridad (Satchell, C. y Supriya, S. 2005).

---

## LA CULTURA MÓVIL

El propio concepto de cultura trae consigo una variedad de definiciones, dependiendo de la escuela de pensamiento. "Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc." (RAE); "Un sistema de signos producidos por la actividad simbólica de la mente humana, es un mensaje que puede ser decodificado tanto en sus contenidos, como en sus reglas. El mensaje de la cultura habla de la concepción del grupo social que la crea, habla de sus relaciones internas y externas" (Lévi-Strauss, 1958:27).

"Es todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre" (Tylor, 1871: 33). "La cultura es el producto de las relaciones históricas entre un grupo humano y su medio ambiente; la cultura está determinada por la forma en la que el grupo humano aprovecha su entorno" (Leslie White, 1992: 9). "La cultura sigue un proceso de evolución multilínea, es decir, no todas las culturas pasan de un estado salvaje, a la barbarie y de ahí a la civilización" (Steward, 1992:6); "La evolución cultural y la configuración de las sociedades depende básicamente de condiciones materiales, tecnológicas e infraestructurales" (Harris, 1982: 22).

"La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden" (UNESCO, 1982). "La cultura es la red de significados generados por el hombre, los numerosos sistemas de prácticas compartidas, heredados y adaptados por cada generación, que permiten una comunicación de significados dentro del sistema" (Geertz, 1973: 5). "La cultura

---

es el proceso mediante el cual el significado se produce, distribuye, consume, mercantilizada, y sin cesar es reproducido y renegociado en la sociedad" (Hall, 1980: 27).

A todos estos aportes que buscan sintetizar una definición de un concepto con tanta evocación, debemos incorporar la matriz de los estudios culturales latinoamericanos. "La cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o dicho de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social" (García Canclini, 2004:22). "La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar" (García Canclini, 2001:10).

"Para las antropologías de la diferencia, cultura es pertenencia comunitaria y contraste con los otros. Para algunas teorías sociológicas de la desigualdad, la cultura es algo que se adquiere formando parte de las elites o adhiriendo a su pensamiento y sus gustos; las diferencias culturales procederían de la apropiación desigual de los recursos económicos y educativos. Los estudios comunicacionales consideran, casi siempre, que tener cultura es estar conectado. No hay un proceso evolucionista de sustitución de unas teorías por otras: el problema es averiguar cómo coexisten, chocan o se ignoran entre sí" (Canclini, 2004: 24).

"Cuando nos referimos a la cultura, entendemos que se trata de un régimen de significación acotado por dos límites que lo determinan. De una parte el orden tecno-económico que instituye las modalidades de producción, circulación y recepción de los bienes simbólicos, una cierta economía cultural. Un segundo límite lo constituyen los modos de significación, esto es, las modalidades concretas que adquiere la relación con la materialidad de los signos como dispositivos retencionales" (Cuadra, 2005:23).

Los estudios culturales latinoamericanos asumen la comunicación como una práctica sociocultural definida por la producción del sentido. Por ejemplo, Martín-Barbero (1987) desarrolla el "uso social de los medios", concibiendo a los medios de comunicación como productores sociales y enclaves de condensación e interacción de mediaciones humanas, de conflictos simbólicos e intereses político y económico. Néstor García Canclini (1990, 2000, 2003, 2005, 2007), siguiendo la línea de Pierre Bourdieu, aborda el "consumo cultural", en tanto racionalidad de los intercambios económicos y culturales (convivencia y conflicto) y el uso de los bienes de consumo cultural como transmisores de información y significado. Se aproxima al concepto de consumo definiéndolo como el "conjunto de procesos socioculturales en que realizan la apropiación y los usos de los productos" (2005:15). Esta ubicación del consumo, como parte del ciclo de producción y circulación de los bienes, le permite hacer visible aspectos más complejos y afines que los encerrados en la mera compulsión consumista y economista del término. Instrumenta el modelo para analizar la masificación de la mayoría de los bienes que genera la modernidad y las diferencias que cada vez más se producen, no por los objetos o bienes materiales que se poseen, sino por las formas en que son utilizados y en las maneras en que los objetos se transmutan en signos que se consumen, por las diferencias simbólicas.

Para definir la "cultura móvil" (Mobile Culture) existen aproximaciones que la definen como un "conjunto de prácticas, discursos, relaciones, significados, normas, intercambios y rituales asociados a las comunicaciones móviles" (Gant y Kiesler, 2002:4); es estar siempre conectados "always on", en la que un hilo de emisiones electromagnéticas nos enlaza permanentemente con el resto del mundo, mientras recorremos la ciudad con un pie en el asfalto y otro en la infoesfera (Sónar, 2008), "mediación de subjetividades e identidades a través de la telefonía móvil"(Lasén, 2006:3). "La cultura móvil es una esfera cultural, desde su historia, producción, diseño, consumo y representación, y por su carácter local, nacional, regional e internacional, y por su profunda implicación en la convergencia de los medios contemporáneos - como la fotografía digital, los blogs móviles, Internet móvil y la televisión en el móvil" (Goggin, 2006: 12).

---

La "cultura móvil", entonces, puede definirse como un conjunto compartido de prácticas, normas, valores y símbolos. Los teléfonos móviles están permitiendo a las personas no solo crear su propia micro-cultura, sino que además están cambiando las normas y valores culturales, demostrando la capacidad de modificar y reapropiarse de la tecnología para su propio uso. El teléfono móvil, al permitir aislar a las personas y a sus interacciones privadas, de la cultura que les rodea, fomentan una especie de "jardín vallado" de micro-culturas que son complejos, pero exclusivos (Katz, 2008).

"La cultura móvil existe y se expande en la era de la información basándose en la tecnología de telecomunicaciones para expresar la voz, las palabras y las imágenes, provocando una profunda influencia en la vida de los ciudadanos" (Jinfan Zheng, 2006:2).

Goggin (2006) en su libro "Cell Phone Culture", propone un enfoque basado en el "Circuit of culture", proveniente de los Estudios Culturales. "La cultura no es meramente expresión o reflexión de otros procesos, la cultura es ahora considerada como constitutiva del mundo social, tanto de los procesos económicos como de los procesos políticos" (du Gay et al. 1997:2). La tarea de "comprender la cultura es, por tanto, un compromiso necesario para la comprensión de las prácticas y los procesos sociales" (ibíd.1997:3).

"La producción social de sentido, por lo tanto, es una condición necesaria para el funcionamiento de todas las prácticas sociales y dan cuenta de las condiciones culturales de las prácticas sociales deben formar parte de la explicación sociológica de cómo funcionan. La descripción y el análisis de la cultura, por lo tanto, es cada vez más importancia para la producción de conocimiento sociológico" (du Gay et al. 1997:2).

Goggin recurre a du Gay (1997) que en su estudio "Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman", identifica a este dispositivo como un "artefacto cultural típico y un medio de la cultura moderna", "el análisis de la biografía de un artefacto cultural en términos de un modelo teórico basado en la articulación de una serie de distintos procesos cuya interacción puede o no

---

dar lugar a la variable y los resultados de los contingentes" (du Gay et al. 1997:4).

Una de las características del "circuit of culture" es aproximarse desde la "articulación". du Gay sugiere que en el estudio de un texto o artefacto cultural, hay que identificar cinco grandes procesos interrelacionados: Representación; Identidad; Producción; Consumo y Regulación (1997:3). En su conjunto (estos 5 puntos) completan una especie de circuito, a través del cual cualquier análisis de un objeto cultural debe pasar para que sea estudiado adecuadamente. Así, por ejemplo "el walkman Sony no sólo es parte de nuestra cultura, sino que posee su propio distintivo cultural" (1997:12). "Es cultural porque se asocia con determinados tipos de personas, con ciertos lugares, porque se le ha dado o ha adquirido un perfil social o un perfil de identidad; de hecho, la imagen del walkman se ha convertido en una especie de metáfora que significa o representa un distintivo sello moderno, de la cultura tecnológica o del modo de vida. Sony Walkman es una pista para el estudio de la cultura moderna en general" (1997:13).

Este marco permite la articulación de los significados de los objetos, la gente usa los objetos materiales (ropa, relojes, automóviles), junto con lo que dicen y con lo que hacen, según determinados proyectos de identidades que se reconocen entre sí, es decir, que están implícitos en el "discurso".

Representación (e identidad), es la práctica de construcción de significados a través del uso de los signos y del idioma, principalmente a través del lenguaje – frecuentemente empleado por la publicidad- "para recoger los significados que el producto ha acumulado y tratar de construir una identificación entre los consumidores y los significados" (du Gay et al. 1997: 25), "damos a las cosas sentido por la forma en que los (nos) representan" (S. Hall, 1997b: 3).

La idea de "circuito" no conlleva un movimiento lineal, sino que un proceso continuo. No importa dónde se comience en el circuito, ya que los elementos del proceso se superponen y entrelazan de maneras complejas y contingentes. Son los elementos en su conjunto, los que permiten hacer un



---

“estudio cultural” de un determinado objeto. “Si bien los productores intentan codificar los productos, en especial sus significados y asociaciones, este no es el final de la historia o “biografía” de un producto, porque esto no dice nada acerca de lo que estos productos pueden llegar a significar para quienes lo utilizan. En otras palabras, los significados no son sólo “enviados” por parte de los productores y “recibidos”, pasivamente, por parte de los consumidores, sino que los significados son realizados en el consumo, a través de la utilización de estos productos en sus vidas cotidianas” (du Gay, 2002: 5).

Producción (y Consumo). Un móvil o un Walkman para que adquieran sentido deben ser comprados y utilizados (prácticas de consumo), pero además está implícito las influencias que tienen lugar en los procesos de producción, en la propia industria, donde entran a concurrir desde el talento individual hasta la misma cultura organizacional de una empresa, los que adquieren un papel, en distintos niveles, en el proceso global.

La industria del diseño de teléfonos móviles, se ha tenido que posesionar en la esfera de la experiencia del uso, en las intersubjetividades de sus usuarios y en los significados que se desatan, ya que su objetivo es vender artefactos que sean consumidos, para ello deben encarnar la cultura vigente y depositarlo en el diseño del Terminal, incluso más allá de las funciones prácticas. Pero aún más, la propia “marca” debe ser representada en el imaginario del consumo, “Nokia”, “Sony”, distinguen sus mercancías de otros competidores, provistas de contenido conceptual, emocional y distintivo, transformándose en íconos de un estilo de vida con los que el consumidor se identifica. Se significan, son significados y fabrican productos significantes, siendo un vínculo clave en el circuito cultural.

Regulación. El momento de la reglamentación abarca el intento de controlar la actividad cultural, a partir de los aspectos normativos, formales o controles legales de la infraestructura tecnológica, de las instituciones educativas a los sistemas informales, de los controles locales y las normas sobre las expectativas culturales. En el Walkman, como en los móviles, hay una relación cambiante entre el sector privado y el público, entre los mundos utópicos y las visiones

---

posibles.

Análisis del discurso. Cada momento del ciclo, interdependiente de las relaciones en el circuito, la cultura es susceptible de ser tratada con análisis del discurso. Los diseños de objetos son fundamentales para ser reconocidos o identificados, a través del uso del lenguaje. "Los discursos de identidad, las maneras de actuar, interactuar, sentir, pensar, valorar, y utilizar diversos tipos de objetos, símbolos, herramientas y tecnologías, lleva a reconocerse asimismo y a otros, con cierto sentido y de cierta manera" (Gee, 2005: 7).

Otra aportación que recoge esta investigación proviene de los estudios culturales británicos, se trata de la introducción de la perspectiva "desde abajo", esto es, situar la vida cotidiana dentro del objeto de lo cultural. Así, David Morley (1998, 2005), Roger Silverstone (1994, 1999, 2005, 2006) y James Lull (2000) han desarrollado una significativa línea de investigación sobre consumo y recepción de medios masivos de comunicación, con cierto acento en la producción de significados y valores de aquellas prácticas, en el marco de la vida cotidiana y de otros consumos culturales, que resultan pertinentes para abordar esta investigación. Una de la hipótesis de Lull, por ejemplo, afirma que "las personas ahora son programadores culturales más que solamente miembros de la audiencia o consumidores" (2000: 268).

En esta dirección, David Morley remarca su coincidencia con Anthony Giddens (1984, 1991, 1995) respecto de que "las estructuras no son algo externo a la acción, sino que sólo pueden reproducirse a través de actividades concretas de la vida diaria, y se las debe analizar como formaciones históricas, sujetas a modificaciones: como estructuras constituidas por la acción, al mismo tiempo que la acción se constituye estructuralmente"(1997: 5).

En esta perspectiva, una aproximación pertinente proviene de la teoría de la estructuración donde cobran importancia las "nuevas formas de experiencia mediada" que funcionan como trasfondo de la constitución "reflejo" de la "identidad del yo" en el "orden postradicional de la modernidad" (Giddens, 1995: 13).

---

Así, el usuario crea/recrea/descreea una relación con el nuevo ambiente socio-comunicacional, construyendo significado/sentido mediante la acción/experiencia, viviendo y actuando de manera particular dicha situación en su vida cotidiana.

## EL OBJETO CULTURAL

Es imposible obviar la importancia del teléfono móvil. Este dispositivo no es reducible sólo a un objeto material, una mercancía que circula en la economía global de las operaciones transnacionales, por supuesto que lo es, pero es también un objeto con gran significado social y cultural. Para algunos usuarios, el signo de valor de este objeto excede su valor de uso, funcionando como un fetiche mágico, que es, sin duda, el gran mensaje del discurso comercial. El móvil es un símbolo en sí mismo, un oscuro objeto del deseo y un signo de los tiempos (Mc Guigan, 2005).

Es un objeto sociocultural. En Japón el teléfono móvil recibe el nombre de "keitai", que quiere decir "algo que lleva con usted", es decir no hace referencia a su capacidad técnica o a la libertad de movimiento, sino que a una acogedora e íntima atadura tecno-social, un dispositivo personal, ligero, mundano y presente en la vida cotidiana (Ito, 2005). En Finlandia, el teléfono móvil se denomina comúnmente "kännykkä", que significa "una extensión de la mano" (Mäenpää 2000; Oksman y Rautiainen, 2003).

En varios países el teléfono móvil se llama "teléfono celular" (Estados Unidos y América del Sur, entre otros), designación que hace referencia a las infraestructuras (de célula a célula); sin embargo, cada vez más, en estos países, se ha tendido a reemplazar el concepto de "celular", "cell phone", por el de "móvil" (Pellegrino, 2006), ya que la industria y publicistas observaron que "celular" dice poco, en cambio "móvil" conlleva un significado propio del dispositivo, pero proyectable a la sociedad y que evoca a la etapa actual (Townsend en Castells et al., 2004: 78-79). En este sentido, de adjetivo a sustantivo, "móvil" se refiere no solo a una sugestiva palabra, sino que a un "concepto" clave y potente del discurso de las movilidades (Sheller y Urry,

---

2006), en el centro de las sociedades contemporáneas, donde el flujo y la hibridación se configuran como núcleo de las dimensiones sociales de un nuevo paradigma (Sheller y Urry, 2006; Urry, 2002).

La apreciación más extendida es hacia su interpretación como objeto cultural. “El teléfono móvil no es simplemente un artefacto tecnológico, es un artefacto cultural, ya que se refiere a las personas y entre ellas” (Katz, 2002:21). “Los objetos culturales, como el teléfono móvil, expresan las características de las sociedades que las crean y, por tanto, refuerzan y reproducen las relaciones de poder, riqueza e influencia que se encuentran en la sociedad” (Cushman, 1995:7). El teléfono móvil tiene funciones únicas en sus características y en sus usos culturales que no comparte con ninguna otra tecnología, llegando a convertirse en un artefacto de la cultura popular. Se ha convertido en un objeto por el que somos conocidos e identificados en la esfera pública, no sólo por los que están en contacto con ella, sino también por los que ven nuestros usos (Gordon, 2002). El teléfono móvil, con su “identidad en movimiento”, “el móvil como extensión del cuerpo” (Fortunati, 2001:6).

Entonces, el móvil como objeto no está simplemente relacionado con los sujetos, ni tampoco separados por una cesura insalvable, sino “sujetos” (Verdú, 2005) en los cuales la identidad subjetiva ya se ha visto contaminada por la entidad objetiva y ésta exhibe la huella de aquélla. El sujeto es una criatura nacida de la mixtura entre el objeto y el sujeto. Tras una larga experiencia con los objetos de consumo y su tratamiento como atributos de identidad, nos acercamos a los sujetos confiriéndoles una condición de objetos supremos. El teléfono móvil como objeto de individualización y auto presentación personalizada.

Cada sujeto es una reproducción en miniatura de la relación general que la humanidad y los artefactos que produce y consume mantienen entre sí: “cruzándose mentalidades y emociones, ha nacido un espacio general donde crece la subjetividad del objeto y la objetividad del sujeto, ambos emitiendo y recibiendo partículas del otro y, en el proceso, construyendo la criatura híbrida de los sujetos” (Verdú, 2005: 103, citado en Pla Vargas, 2006). “En la

modernidad, los objetos representan la condición social de los consumidores, en la posmodernidad expresan su identidad, el consumo es parte de la autoconstrucción" (Poster, 2004: 416). El hiper-capitalismo personal es el teléfono móvil.

El espacio del sujeto, esa arena donde se bate, son los medios interactivos y de comunicación, donde se borra la diferencia entre el individuo y lo individuado. La conectividad, como valor metafísico supremo. La conectividad es el valor supremo de la jerarquía moral de los sujetos porque reproduce su esencia de forma abstracta; el sujeto, en efecto, "no desea vivir en exclusividad, en pertenencia autóctona, sino que encuentra la razón de vivir en expandirse, interferirse, inmiscuirse, ser amado y penetrado en la orgía de la conexión" (Verdú 2005: 183 citado en Pla Vargas, 2006).

Un consumo crecientemente movilizado, la multiplicación de los nexos con los demás y, a través de ella, el enriquecimiento cualitativo de la propia subjetividad. Una "socialidad" construida predominantemente en procesos de consumo. Este paso de los ciudadanos a los consumidores nos lleva a una participación segmentada que se vuelve "el principal procedimiento de identificación" (García Canclini, 1995:21). "El consumo personista alcanza el estatuto de una práctica ciertamente liberadora" (Verdú, 2005:34).

## **UN DISPOSITIVO DE CONVERGENCIA**

Para Foucault el dispositivo es "en primer lugar, un conjunto resueltamente heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, brevemente, lo dicho y también lo no dicho, éstos son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos" (Foucault, 1991:44). "Los dispositivos tienen pues, como componentes líneas de visibilidad, de enunciación, líneas de fuerzas, líneas de subjetivización, líneas de ruptura, de fisura, de fractura que se entrecruzan y se mezclan mientras unas suscitan

---

otras a través de variaciones o hasta mutaciones de disposición" (Deleuze, 1999:7). "El dispositivo es un sistema complejo donde se determina, según las modalidades espacio-temporales y las condiciones de la experiencia particular, las posibles relaciones entre el espectador, la maquina, la imagen, el medio. Aparatajes técnicos y conceptuales, es el lugar donde se inscribe el cambio entre un espacio mental y una realidad material" (Lyotard, 1994:44).

"Es cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes. No solamente, por lo tanto, las prisiones, los manicomios, el panóptico, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas, las medidas jurídicas, etc., cuya conexión con el poder es en cierto sentido evidente, sino también la lapicera, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarrillo, la navegación, las computadoras, los teléfonos móviles y – por qué no - el lenguaje mismo, que es quizás el más antiguo de los dispositivos, en el que millares y millares de años un primate – probablemente sin darse cuenta de las consecuencias que se seguirían – tuvo la inconciencia de dejarse capturar" (Agamben, G., 2006:22)

El teléfono móvil, en tanto dispositivo, no ha sido un aparato cualquiera, ha tenido su propia y compartida trayectoria. Desde su tecnicidad, de una función determinada a saltado hacia otras funciones más generales, ha encarnado una complejidad de temas técnicos, sociales, ambientales e intersubjetivos. Además, ha sido un actor que ha impactado directamente en el proceso simultáneo de la construcción colectiva, simbólica y social. El desarrollo del dispositivo no ha sido lineal, ha sido simultáneo, ha convivido en diferentes esferas, teniendo una evolución, casi simétrica con los procesos sociales y técnicos, teniendo hoy el desafío de representar la convergencia del mundo digital.

Asistimos en la actualidad a una convergencia tecno-científica de logística (informática), de transmisión (telecomunicaciones) y del orden simbólico (audiovisual). Este fenómeno de alcance mundial nos obliga a pensar la tecnología, ya no como un mero apéndice de lo social, sino en toda su

---

radicalidad como el sustrato constitutivo de la conciencia, exteriorización e industrialización de la memoria y del imaginario en una era de hiperindustria cultural orientada a públicos hipermasivos (Cuadra, 2006).

Es evidente la tendencia creciente de las tecnologías de la comunicación a la convergencia, integración digital de audio, vídeo, texto y datos en nuevos dispositivos y redes (Wei, 2006). "Convergencia" sería la definición contemporánea de "mediascapes" y "technoscapes" (Appadurai, 1996, citado en Pellegrino, 2006). Esa convergencia configurará un nuevo paisaje de la vida social, por tanto tendrá un gran alcance discursivo (Pellegrino, 2006). "La aparición de la alta tecnología, de las "e-topias", de la tecnología inalámbrica y el urbanismo, las "u-ciudades", la ubicuidad y la conectividad, la convergencia de la planificación urbana, la planificación del transporte y la incrustación de la ubicuidad en la infraestructura de comunicaciones (Hannam, Sheller y Urry, 2006: 11, citados en Pellegrino, 2006). "Se ha registrado un notable cambio de esa convergencia, estamos haciendo un cambio a largo plazo de la producción industrial a la cultura de producción, un nuevo hiper-capitalismo que comercia el acceso a experiencias culturales, un mundo en el que la propia vida de cada persona se convierte, en un mercado comercial" (Rifkin, 2000: 7, citado en May y Hearn, 2005:3).

El teléfono móvil, en particular desde la generación 3G hacia delante, presenta una plataforma multiforme, que sumado a la movilidad, portabilidad, posibilidad de acceso inmediato, los nuevos diseños de interfaces móviles para facilitar Internet/acceso web, más las propiedades simbólicas del objeto, lo hacen representante de este nuevo modo tecno-social.

Hay una convergencia en las infraestructuras, en los dispositivos y en las funciones (Pellegrino, 2006). En la convergencia de infraestructuras, una mayor velocidad de transmisión de datos y mayor flexibilidad de las redes WIFI, WAP, VOIP, Bluetooth, GSM, UMTS, WiMAX, GPRS, HSPA, HSDPA, HSUPA, LTE, Sensores. En el caso de la convergencia de dispositivos, la consecuencia es el llamado *apparategeist* (Katz y Aarkus 2002), en donde los aparatos terminan influyéndose entre sí, creando expectativas para los usuarios y los diseñadores

de una confluencia cada vez más compleja de diseños que se superponen en funcionalidad sin reunir por completo todas las posibles funcionalidades, y ofreciendo más y mejores oportunidades de consumo (Mitreá, 2006). Los más recientes incluyen un amplio "menú" de funciones y aplicaciones, diversos programas y software, juegos electrónicos, radio, TV, cámara digital, música, acceso a Internet, correo electrónico, mensajes de texto, Video, MP3, videoconferencia; se usan como relojes, calculadoras y memos; se puede utilizar para comprar, hacer gestiones bancarias, acciones o tratar de recibir los últimos resultados de fútbol. Pueden ser utilizados como tarjetas de crédito, como localizadores, servicios de vigilancia. Y todo lo anterior en una convergencia del propio dispositivo, personalizado, individualizado, miniaturizado; portátil, diseño exclusivo (Prada, Gucci, Armani), multifuncional PDA, Palm, Bluckberry, Smartphone, portátil o PC de bolsillo, GPS, Iphone.

La convergencia de distintos medios en un solo dispositivo, también implica una nueva inserción del sujeto con el teléfono móvil. El usuario puede escribir, registrar, grabar o filmar lo que quiera y ponerlo a disposición de una audiencia. La "galvanización" del usuario (Ling, 2004) o "prosumer" (Toffler, 1980), cuando el usuario es al mismo tiempo consumidor y productor de contenidos.

## **IDENTIDAD EN MOVIMIENTO**

¿Dónde estás? Esta pregunta –como ya se ha comentado- no sólo sirve para situarse, sino que además para saber ¿quién habla con quién? Es decir, no basta con saber el "nombre" del que está al otro lado de la red, sino que además -para asegurar el acto comunicativo-, es necesario conocer cuál de todas nuestras "versiones" de nosotros mismos entra en contacto.

El [I/me](Gilbert et al. 1998) la representación de sí mismo para el mundo exterior y al revés, para que el mundo se haga una idea de nosotros, a menudo conocido como la categorización o estereotipos, que operan como



limitadores, categorías sólidas, instalando a las personas dentro-fuera de los grupos (Tajfel y Turner, 1979). La gente usará la imagen pública proyectada de otro individuo en el grupo y en consecuencia el resultado de esta agrupación dictará el comportamiento futuro de la persona con respecto a las demás personas (Truch, 2004).

“Un hombre tiene tantos “mismos-sociales” como grupos de personas que le conocen, múltiples atributos de una misma identidad, la unidad “self” no está en tela de juicio” (James, 1892, citado en Truch, 2004:32).

Nos hacemos reconocibles ante los demás a través de una recreación de una faceta de nuestra identidad, una de las tantas “versiones” de nosotros mismos puestos en común. Las identidades sociales tienden a ser presentadas en un eje lineal y unitario, en un segmento de tiempo y en un lugar determinado, en el marco de las funciones y de las actividades que desempeñamos. “Somos lo que hacemos”, “soy trabajador, abuelo, padre, coleccionista”, todo ello nos configura en varios “yoes”, que son –en definitiva- diferentes secuencias de uno mismo, “yo y mi circunstancia” (Ortega y Gasset, 1914, citado en Verdú, 2007:2).

La comunicación móvil obliga a las personas a ponerse “en situación”. Al estar disponible, en un continuo, resulta imposible predecir en qué función se encuentra el usuario al momento de recibir la llamada, de ahí que las personas deban que estar preparadas para contener y gestionar todas sus funciones en todo momento (Truch, 2004).

Las fronteras alrededor de cada "identidad" se han vuelto cada vez más fluidas, “las identidades nunca están unificadas y, en el período más reciente de la época moderna, cada vez aparecen más fragmentadas y fracturadas, nunca singulares, sino múltiples, construidas a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo tanto solapadas como antagónicas (Stuart Hall, citado por Bauman, 1999:77)

La identidad, a propósito de la mediación de la tecnología móvil, crea "la situación de *(re)(des)vincularse*", en el sentido de que continuamente la persona, como portador de múltiples versiones de sí mismo, se vincula, luego se desvincula y vuelve a vincularse a distintas redes, independiente del momento y del lugar. Por ejemplo, en una reunión de colegio, el usuario está cumpliendo su función de "padre-apoderado", co-ubicado con el resto en un mismo espacio físico (Fortunati, 2002), recibe una llamada de su jefe, y pasa a cumplir su función de "trabajador", es decir, varias funciones en un mismo espacio físico. El jefe podrá interpretar lo que dice su empleado porque sabe el lugar donde está situado. Las actividades y funciones a la que está asociado se han superpuestos y deberá gestionar la simultaneidad (Trush, 2004) del espacio conversacional y el espacio físico (Palen, 2001).

## **LA TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES**

La teoría de "Usos y Gratificaciones" (Ruggiero, 2000) se desprende del funcionalismo clásico y discute la idea de que los medios conciben de forma unidireccional una influencia inmediata en el público a través de una relación estímulo-respuesta. También señalan que el público no es un ente pasivo, que acepta el contenido de los mensajes sin ningún tipo de oposición, advirtiendo que los individuos primero seleccionan los mensajes que quieren consumir, y esto depende del placer o gratificación que representan para sus necesidades. Es decir, el destinatario también es un iniciador del proceso comunicativo, en el sentido de elegir el medio al cual se va a exponer, a su vez, por la capacidad de interpretar el mensaje con un cierto grado de autonomía, y por poseer el suficiente juicio para discernir y responder a la intención del emisor. Es por ello, que consideran que un mensaje difundido a través de los medios por poderoso que sea, no puede influir de manera total en el público.

Así, el enfoque de usos y gratificaciones (Ruggiero, 2000), nos permite aproximarnos a la conducta de los individuos respecto a las consecuencias del uso de la telefonía móvil, tomando como punto de partida al usuario/consumidor/cliente, explorando su conducta comunicativa en función

---

de su experiencia directa con este tipo de dispositivo. La teoría de usos y gratificaciones, trata de responder por aquellos beneficios, usos concretos y satisfacciones obtenidos a través de la experiencia y colocan en evidencia los vínculos entre tipos específicos de contenidos en ciertos tipos de audiencia (usuarios).

Dentro de esta tradición de investigación, varios estudios se han realizado con el fin de explicar por qué la gente hace uso del teléfono y cuáles son las gratificaciones que busca en su uso. La cronología en este ámbito nos demuestra que el teléfono fijo también fue objeto de estudio. Así los primeros que conceptualizaron los usos intrínsecos (sociales) e instrumentales (prácticos) fueron Keller (1977) y Noble (1987). Luego, Williams et al. (1985) encontró las gratificaciones de diversión y entretenimiento; posteriormente, Dimmick y Sikand (1994) presentaron tres gratificaciones obtenidas del teléfono en los hogares, sociabilidad, instrumentalidad y de seguridad. Por su parte, O'Keefe y Sulanowski (1995) dieron cuenta de la sociabilidad, entretenimiento, adquisición y gestión del tiempo como las dimensiones más significativas.

Para la telefonía móvil, Leung y Wei (2000) indicaron que las gratificaciones buscadas en el uso del teléfono móvil son en gran medida concordantes con los resultados reportados por la telefónica convencional. Las mismas dimensiones intrínsecas e instrumentales son aplicables a las nuevas comunicaciones inalámbricas. Leung y Wei encontraron la movilidad y el acceso inmediato como únicas dimensiones que no habían sido identificadas a través de la telefonía fija.

La teoría de los Usos y Gratificaciones nos aporta herramientas de análisis para ver cómo los usuarios se relacionan en torno a los dispositivos tecnológicos en función de sus necesidades y satisfacciones esperadas; por otra parte, sirve para entender el comportamiento de los usuarios en el "espacio de comunicación" e identificar las funciones o consecuencias que surgen a partir de las motivaciones y expectativas que desean obtener.

---

Complementando lo anterior, es preciso recoger aportaciones desde otras disciplinas como la microsociología y la psicología social, para explorar la relación conflictiva entre individuo y sociedad y dar cuenta de las interdependencias que tienen lugar en la interacción, los nexos que mediatizan la influencia de la estructura social sobre la interacción y los procesos psicológicos por medio de los cuales, los determinantes sociales influyen en las personas individuales, que en definitiva son los que hacen posible la interacción. Otro de los aportes que podemos encontrar es la posibilidad de abordar la subjetividad e intersubjetividad, en un contexto donde aparecen nuevos tipos de lazos interpersonales, distintos tipos de vínculos y diferentes formas de comunicación entre las personas. En especial sobre la conexión o vínculo social, de cómo las interacciones sociales móviles activan los procesos de intercambio comunicativo, ya sea a través de la voz, el texto o de la comunicación visual a través del teléfono móvil (Humpherys, 2006).

Una aproximación pertinente es el modelo de interacción social (Goffman, 1959) quien sostiene que las interacciones sociales se pueden entender a través de las formas en que las personas realizan la presentación a los demás, para revelar y ocultar información el uno del otro, es decir, cómo la gente hace pública una parte y mantiene en privado la otra parte. El modelo de Goffman proporciona una aproximación a través del cuál comprender la motivación y el comportamiento de las personas que participan en las interacciones sociales móviles (Humpherys, 2006).

Las acciones pueden estar influenciadas por necesidades de motivación (por qué alguien está haciendo algo) y el nivel de las necesidades de la acción (cómo se logra algo en el momento), que puede ser dirigido emocionalmente. Ello se desprende que el nivel de motivación de la acción se dedica a pensar sobre la identidad, roles, valores, y que la acción a nivel de usabilidad conecta con las necesidades y tareas (Kankainen 2002 citado en Battarbee, 2004)

A la vez de lo mencionado hasta aquí, es importante detenerse en el tema de los vínculos. Partiendo de la conceptualización de Pichón Riviere que define al

---

vínculo como "la manera particular que un sujeto se conecta o relaciona con otro o los otros, creando una estructura que es particular para cada caso y para cada momento" (1985:7) y observar si es extensible para la relación sujeto/aparato. Entendiendo, además, que toda actividad mental está dedicada a establecer una comunicación y que para establecerla se necesita depositar parte de uno en el otro, nuestra labor será la de captar la comunicación, hacernos cargo de ella y trabajar con ella.

Solo un comentario al margen. Los enfoques, entre ellos, el de usos y gratificaciones, tienen la obligación de reconceptualizarse en función de la nueva materialidad de los medios interactivos y la convergencia tecnológica y social de los nuevos medios. Ya no hablamos del modelo vertical del broadcast, un emisor único que se dirige a masas indiferenciadas y anónimas, sino de un modelo personalizado que desplaza la figura del receptor/ consumidor pasivo por aquella del "usuario interactivo" (Cuadra, 2007).

## **EL ESPÍRITU DE LA MÁQUINA**

Los investigadores sociales que han abordado aspectos propios y derivados de la telefonía móvil, generalmente, advierten a los lectores que no encontrarán en sus trabajos un "corpus" teórico original para conceptualizar a la comunicación móvil. Lugo de contar con bastante evidencia, algunos autores han propuestos particulares interpretaciones. Una de estas aproximaciones ha sido la elaboración de la "teoría Apparatgeist", neologismo inventado por James E. Katz y Mark Aakhus (Katz y Aakhus, 2002:11), que da cuenta de una aproximación sociológica a la comunicación móvil, específicamente en el contexto de su relación con la tecnología y la sociedad. Es un término que se utiliza para sugerir que el "espíritu de la máquina" influye tanto en los diseños de la tecnología, así como en la formación inicial y posterior importancia concedida por los usuarios, no usuarios y los anti-usuarios (Katz y Aakhus 2002:304).

Este concepto tiene su origen en la palabra germánica y eslava "Apparat", aparato, máquina; y en la palabra germánica "Geist", el espíritu, desde una

---

aproximación hegeliana, que quiere decir el "sentido del espíritu", que se define como la esencia que anima la vida de todas las culturas humanas de diversas maneras (Hegel, 1997).

La Teoría Apparatchgeist trata de explicar las interacciones y las consistencias en el cambio social que surgen entre el teléfono móvil (y otras Tecnologías de Comunicación Personal, PCT) y las cuestiones que incluyen la forma en que las personas la adoptan, la utilizan y se comportan en su vida cotidiana, más los significados que se producen a través de la interacción social entre los usuarios (y no usuarios) (Campbell, 2007; Katz y Aakhus, 2002).

Su aproximación dista de las teorías estructural-funcionalistas, por considerar que éstas no proporcionan los marcos comprensivos adecuados para dar cuenta de los aspectos fundamentales de la adopción y uso de la telefonía móvil y del sentido que implica en los sujetos y en su utilización. En particular, señala que tienden a la instrumentalización y se orientan hacia los objetivos, a costa de lo simbólico; mientras que, por otro lado, destacan más el proceso que los valores que animan al mismo.

Para el Apparatchgeist, los aparatos terminan influyéndose entre sí, creando expectativas para los usuarios y los diseñadores de una confluencia cada vez más compleja de diseños que se superponen en funcionalidad, sin reunir por completo todas las posibles funcionalidades, y ofreciendo más y mejores oportunidades de consumo.

Aunque Katz y Aakhus afirman que la tecnología tiene sus propios espíritus, sus puntos de vista eluden el determinismo tecnológico y se alejan de cualquier ideal utilitarista, pero no por ello histórico. Asimismo, plantean que el uso de cualquier tecnología puede ser modificada por los usuarios, incluso desde el diseño original, lo que implica una serie de consecuencias sociales, las que permiten –en última instancia– ciertos cambios en el orden social. Las decisiones sobre si usar o no la tecnología son determinadas sobre la base de ciertas normas y valores sociales que confluyen con las funciones tecnológicas, que permitan a las personas realizar ciertas actividades en la vida cotidiana,

---

esto significa que la tecnología tiene implicaciones sociales más allá de sus funciones pragmáticas originales.

Hay un evidente énfasis por el análisis de las consecuencias y las necesidades sociales, en pro de ofrecer una "plena comprensión de la función de la tecnología móvil en la vida de las personas" (Katz y Aakhus, 2002:310). La actual investigación científica-social sobre los teléfonos móviles está principalmente centrado en la "acción", trata de explorar y entender la gestión de las personas. Sin embargo, desde una perspectiva sistémica esta definición es deficiente, ya que no tiene en cuenta lo social. En todo sistema, la persona (en el centro) está vinculada a las redes de mayor significado. Para el caso de la telefonía móvil, sus significados son de "comunicación" y "social", ya que las personas lo utilizan para comunicarse y sobre todo para mantener los vínculos sociales (Katz, 2002). Aunque se lo plantea, esta teoría describe mejor la "disposición" de las personas que las consecuencias sociales del uso del teléfono móvil.

Existen una serie de factores que influyen en la "comunicación" y en lo "social" que puede ser observado únicamente a través del lente de la telefonía móvil. Katz y Aakhus explican que "la novedad de la tecnología de la telefonía móvil, y su poder de intromisión en la vida de las personas, nos permiten observar los aspectos del proceso de la comunicación humana que, de otro modo, escapan de nuestra atención, o al menos son extremadamente difíciles de discernir" (2002:210).

El presupuesto de *Apparatgeist* es que los seres humanos comparten una orientación hacia la comunicación universal, que se manifiesta en nuestra forma de pensar sobre el uso de la telefonía móvil. En el carácter altamente simbólico de los teléfonos móviles yace, en el centro mismo, una comunicación móvil personal que se instala en un "contacto perpetuo". Para estos autores, la noción de "contacto perpetuo" resuena sobre la idea de "sociabilidad" (Simmel, 1949) y "comunicación pura" (Peters, 1999), todo lo cual sugiere un innato impulso humano hacia la interacción social. El valor no está en el teléfono móvil, sino que en el "contacto". Así esta comunicación

---

mediada revela la tradicional preferencia por los contactos interpersonales, que a través del teléfono móvil, constituyen una sociedad de la comunicación personal (Campbell, 2007).

Katz y Aakhus atribuyen este cruce relacional a una lógica compartida entre las personas que tienen acerca de la comunicación - una orientación común hacia "los medios para comunicarse e interactuar socialmente, que es fundamental para los seres humanos" (2002: 308). Los autores sostienen que esta lógica de la perpetuidad en el contacto es coherente con "la forma en que se financian, inventan, se estructuran y utilizan las tecnologías de la comunicación" (2002: 307).

Una vez arraigados los códigos culturales y estabilizados los rituales de una sociedad, la tecnología, por tanto, no tiene capacidad de un cambio revolucionario o singular sobre la base social del sistema. Como consecuencia de ello, impera un modelo de cambio "evolutivo", ya que la tecnología no determina la dimensión cultural, es la cultura la que proporciona el contexto para que la tecnología florezca. Con esto, Katz y Aakhus colocan a ambos lados de la ecuación los dos conceptos "tecnología – sociedad", que corren por dimensiones individuales que confluyen, que cada una tiene su propio "espíritu", pero que se están mutuamente influenciando, permitiendo la interacción con una multiplicidad de variables, sociales y psicológicas, que conforman consistentes contextos, más allá de las diferencias y de la imposibilidad de homogenizar paisajes sociales. Es este "espíritu" el que contribuye al movimiento hacia formas compartidas de adoptar y usar el teléfono móvil.

Por esto es posible observar que existen características universales, entre todas las culturas, con respecto a la telefonía móvil, "la tecnología en sí tiende a asumir ciertas características estándar, independiente del lugar o tiempo" (2002:310). Tampoco hay gran misterio en este punto, en el sentido de ser un producto de consumo global, la percepción sobre sus atributos y los significados que se desprenden de él tienden a crear imaginarios y comportamientos compartidos que impactan en los patrones de uso, por



---

tanto, ciertas formas y modos de utilizarlo podrán ser perfectamente similares por los usuarios y por los colectivos, más allá de compartir el mismo contexto social.

Este intento por conceptualizar lo que se conoce sobre los aspectos sociales de la comunicación móvil en la cultura, permite aproximarse a múltiples contextos, en una serie de diferentes niveles, donde se integra esta tecnología en el tejido de la vida de un individuo y de las comunidades únicas y múltiples. Entre esas cuestiones se encuentran los símbolos, el poder, el orden, el control, la negociación, la identidad y la autonomía. El Apparatchgeist, por tanto, implica el reconocimiento de los factores explícitos e implícitos relacionados con los procesos sociales y la tecnología, los que ayudarán a impulsar las decisiones sobre la adopción y el uso de teléfonos móviles y otras tecnologías de comunicación personal.

Algunos de estos factores sociales explícitos incluyen roles sociales, las necesidades personales y las normas. Algunos de los factores implícitos o latentes de los factores sociales se reflejan en el uso del teléfono móvil del grupo de referencia, se incluyen la atracción, rechazo o evasión, la red de vínculos sociales y las sinergias adicionales de los participantes en la red. Algunos de los factores tecnológicos manifiestos incluyen el tamaño del teléfono, portabilidad y facilidad de uso. Los factores tecnológicos que están latentes incluyen los valores simbólicos, sociales, la idoneidad para su uso y explotación.

Katz y Aakhus (2002) al plantear la evolución del Apparatchgeist o el "alma" o "espíritu" de la tecnología de la telefonía móvil tratan de esquivar la posibilidad que sus ideas sean interpretadas únicamente desde la "función" del móvil, como un dispositivo personal capaz de ayudar a la comunicación verbal y la interacción social a distancia - una ayuda inmediata, independientemente de la posición local-, para satisfacer y facilitar el innato deseo humano básico para el constante contacto, o por lo menos la promesa de estar perpetuamente disponibles. Lo que se pone en juego es la construcción social de la individualidad a través de la tecnología, la tensión

---

dialéctica entre la individualidad y la conexión, y cómo esta tensión se negocia a través del uso de objetos materiales, como el teléfono móvil; así también, las interacciones humanas y la relación entre la tecnología móvil y los procesos sociales estructurales, más las consecuencias culturales de estar presente físicamente, pero mentalmente en otros lugares a través de la comunicación móvil, alterando la naturaleza del espacio público y la esfera privada y la forma de cómo se gestiona el acceso de la gente entre sí; y la transición de una sociedad de masas hacia una sociedad de las comunicaciones personales.

## **LA TEORÍA DE LA DOMESTICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA**

El concepto de domesticación se aplicó para explicar la tendencia y el consumo simbólico en la sociedad moderna. La domesticación es un concepto que trata de cómo las TICs se convierten en parte integrante de la vida cotidiana de las personas, o de cómo las TICs "encuentran un lugar en la vida de los ciudadanos" (Haddon, 2003:43). El principal argumento de esta teoría es tratar la innovación tecnológica como un proceso y no como un acontecimiento (Silverstone y Haddon, 1996, Silverstone, 1999, Haddon, 2003). Verlo como un proceso implica discutir la innovación tecnológica y la adaptación mediante otros factores, entre ellos sociales, culturales, económicos, políticos, y de los propios individuos que participan en el proceso.

La Teoría de la Domesticación, en el caso de la telefonía móvil, se plantea interrogarse sobre cómo encuentran un lugar en nuestras vidas estos dispositivos tecnológicos (Silverstone et al, 1992; Silverstone 1994b; Silverstone y Haddon, 1996).

Este enfoque sintetiza que los significados sobre los dispositivos tecnológicos vienen pre-formados, a través de procesos tales como la publicidad, el diseño y todos los discursos de los medios de comunicación en torno a ellos; para que luego, sean los hogares y los individuos quienes viertan en ellas sus propios

---

significados (Haddon, 2003). Esto implica un paso anterior, haber imaginado previamente el posible lugar que tendrán en el hogar y en la vida de las personas, siendo el hogar el espacio doméstico donde se producirá la negociación. Silverstone (1999) considera que los medios de comunicación, que en cierta medida están representados y facilitados por las TICs, están tan arraigados en la vida diaria de las personas que difícilmente podemos hablar de nuestro hogar sin hablar de ellos.

Los énfasis de esta teoría están puestos en cuatro dimensiones. En primer lugar, se hace hincapié en el consumo más que en el "uso", acento que permitiría una mejor aproximación del significado de las TICs para las personas y las funciones que podría desempeñar en sus vidas. Es decir, aquí opera en qué medida ejercen influencia los mensajes y significados atribuidos al objeto, aún no habiendo un contacto material ni experiencia previa con el objeto. Es la proyección individual y privada a través de la cual se instala el dispositivo en un lugar determinado, en este caso en la cotidianeidad del espacio doméstico.

En segundo lugar, la aprobación en sí es vista como un proceso y no un evento. Esta teoría habla de "aprobación", no de "adopción", porque entiende que existe previamente una pre-adopción que origina una aprobación, como resultado de las negociaciones que se presentan en el espacio familiar. Es curioso, pero esta teoría habla de la negociación en el hogar como si todos sus miembros ejercieran esa facultad en igualdad de condiciones. Hay sobrada evidencia que da cuenta que los escenarios de negociación familiar no tienen características totalmente democráticas. Es decir, qué poder de negociación tiene una persona mayor si vive en el hogar de su hija, marido e hijos incluidos, y su sensación es de estorbo. ¿Puede negociar? Ante este dilema, la teoría de la domesticación reconoce que existirán funciones de control, regulación y mantenimiento del orden, ejercidas por aquellos "guardianes" que tienen el poder de influir en el proceso de aprobación.

La tercera, es la propia idea de la domesticación, concepto acuñado sobre la idea de la “domesticación del salvaje” (Haddon, 2003), de cómo traer para sí, de ser “tomados” y adquiridos desde el dominio público para luego hacerla personal e incluirla en el paisaje doméstico. En un principio, da la impresión que se tratara de un acto mecánico en positivo, lo tomo y lo moldeo de tal forma que hago que encaje con el engranaje del hogar. Lo cierto es que no siempre existe un final feliz, en ocasiones las tecnologías se escapan de nuestras manos, provocando angustias y frustraciones, aunque calcen perfectamente con los significados inicialmente adjudicados, por que un objeto y sus significados – tal como los usuarios y no usuarios- también tienen trayectorias que se recrean constantemente. Es decir, esta teoría no daría cuenta de la realidad si trazara una trayectoria lineal en la relación del objeto/consumo/usuario/hogar, porque omitiría el constante movimiento y el permanente cambio de las personas y del colectivo, de los escenarios de contexto y de los objetos que habitan en él. El consumo no es sólo el acto de la compra, trasciende a la transacción, un mismo significado no acompaña perennemente a un mismo objeto, continuamente se reconstruyen y resignifican, impactando, por tanto, de manera distinta y en tiempos diferentes, aún cuando el objeto ya esté inserto en el espacio doméstico, ámbito que tampoco es estático. En menos de dos décadas ha cambiado el concepto de familia, la composición del hogar, la manera de distribuir los espacios, las funciones de los miembros del matrimonio, la posición de la mujer en la sociedad, los espacios urbanos, la vida privada, entre otras transformaciones.

Un cuarto ámbito es sobre qué papel desempeñan las TICs y su significado para las personas. “La experiencia no está totalmente predeterminada por la funcionalidad tecnológica o por las representaciones públicas, sino también está estructurado por la vida social” (Haddon, 2003:11). El reto es entonces indagar sobre qué caracterizan a esas consecuencias y definir su importancia, cómo una diferencia sustancial ha tenido lugar, en qué sentido y más allá de los individuos y los hogares, es decir, comprender lo que es de mayor importancia social”. Haddon reconoce la omisión de esto último, “el estudio de sus consecuencias no ha sido el principal énfasis que se ha puesto en la

investigación. De hecho, son más los casos en que se prestaba atención a la razón por el cambio que a las consecuencias del cambio" (2003:12). Sumada a esta crítica, es pertinente indicar que esta aproximación a la domesticación, y todo lo que conlleva el consumo y la mercantilización, debería basarse más que en un conjunto de individuos preconstituidos o de grupos sociales rígidamente definidos, en un conjunto de prácticas y discursos cotidianos dentro de los cuales se situase el uso de la telefonía móvil y a través de los cuales este mismo acto complejo se constituye (Abu-Lughod, 2005)

La telefonía móvil ha implicado que la teoría de la domesticación haya tenido que salir del hogar y seguir diversas y distintas trayectorias aplicando enfoques extensivos en las diversas esferas de la vida social. De esta forma, ha sido una teoría que ha aportado notablemente en la investigación sobre la comunicación móvil, entre otros tantos ámbitos, sobre las tensiones entre espacio público y esfera privada; los motivos de adopción del móvil; la micro e hipercoordinación, los usos instrumentales y expresivos; la co-presencia; la yuxtaposición de los espacios, cuando la vida laboral irrumpe en el hogar y las tensiones que allí se desatan; las negociaciones en las redes sociales; como emergen las prácticas colectivas; como se definen las normas sobre su uso; el consumo colectivo y el consumo individual; cambios en la comercialización; la naturaleza de la integración del móvil en las prácticas cotidianas; en las consecuencias del uso en la cultura juvenil, por mencionar los más destacados.

## **CONSTRUCTIVISMO SOCIAL DE LA TECNOLOGÍA**

El paradigma del Constructivismo Social de la Tecnología, Social Constructivism of Technology, SCOT, puede remontarse a mediados del decenio de 1980, propuesto por Bijker, Hughes y Pinch (1987). El Constructivismo Social es muy similar a la Social Shaping Technology, SST, desde una perspectiva amplia. Brey (1997), incluso sostuvo que, más que una sola teoría, SST debe incluirse en la teoría del Constructivismo Social.

---

En la literatura sobre las tecnologías de la comunicación, el Constructivismo Social se plantea preguntas como ¿Por qué las personas, en una cultura particular, tienen cierta forma de comportamiento social en relación con los patrones de uso de la tecnología? (Fischer, 1992; Fulk, 1993; Fulk y Boyd, 1991; MacKenzie y Wajcman, 1985). A través de las posiciones y las negociaciones de las personas, en su espacio social, los significados de las tecnologías se construyen, tanto internamente, como en su redefinición a partir de las modificaciones de los contextos culturales (Cebada, 1986, 1990; Leonardi, 2003). Las propiedades tecnológicas no determinan el desarrollo y el uso de una innovación. Con el Constructivismo Social se incorporó el análisis de la comunicación cultural, debido a la necesidad de examinar un ajuste cultural de la tecnología, porque intrínsecamente una tecnología no tiene sentido para una determinada cultura (Widman, Jasko, y Pilotta; 1988).

Entre las ideas principales. El desarrollo de la tecnología no sigue un patrón lineal. En lugar de ello, el desarrollo tecnológico refleja un proceso contingente. Muchos agentes (es decir, los grupos sociales o individuos que pueden influir en el proceso) desempeñan funciones en el proceso de desarrollo tecnológico. Las funciones desempeñadas por estos agentes son decididas por los agentes sociales a propósito de los objetivos y motivaciones. Diferentes actores se esfuerzan por ganar la competencia para determinar la dirección del desarrollo tecnológico.

La tecnología llegará a un punto estabilizado (de estabilización) en la sociedad. Este punto se caracteriza por que diferentes actores interpretan la tecnología de manera similar, después de muchas negociaciones y de interacciones. En la fase de estabilización, las funciones de tecnología serán diferentes dentro de la sociedad, sobre la base de las distintas necesidades de diferentes actores, permitiendo una flexibilidad interpretativa a partir de las prácticas de los sujetos.

La literatura sobre el Constructivismo Social la clasifica en tres perspectivas. El Constructivismo Social fuerte, el desarrollo tecnológico es pura construcción social, cuya dirección está plenamente determinada por los actores y las

---

interacciones sociales; un leve constructivismo social (Social Shaping), y la Teoría Actor-Red (network), en el que el desarrollo tecnológico es decidido por las redes sociales, en la que participan los sujetos, la naturaleza y los componentes tecnológicos.

El Constructivismo Social ve a las innovaciones tecnológicas como un fenómeno socialmente construido, en lugar de un fenómeno determinado sólo por el avance de la tecnología. En otras palabras, los estudiosos del constructivismo social hacen hincapié en el papel de la cultura y el contexto social en el desarrollo de la tecnología. En esta perspectiva puede haber cierto sesgo al centrarse más en el desarrollo tecnológico que en las consecuencias sociales, y, por no considerar la influencia de los factores "no" sociales del proceso, como la naturaleza o la propia tecnología.

Así, la absorción de las comunicaciones móviles ha tendido a ser visto como una trayectoria menos singular, promovida por la idea global de acceso a un bien material. La sociedad y la cultura no son variables irreductibles, ni las tecnologías son una categoría universal. En este sentido, en los estudios sobre telefonía móvil, hay un contingente de autores que emplean esta perspectiva teórica (Bijker y Hughes 1993; Bijker, 1992; Callon 1986; Dourish 2001; Hine 2000; Suchman 1987; Wellman 1999). Estos enfoques afirman que las tecnologías son a la vez constructivas y construidas por historias, sociedades y culturas, argumentando en contra de la separación analítica de la situación social y técnica.

Okabe e Ito (2005) acercó su investigación con la construcción social de la tecnología (SCOT) (Pinch y Bijker, 1993). Esta orientación llama la atención sobre el papel de los actores sociales, los factores históricos, y el contexto social en el examen de la elaboración, adopción y uso de tecnologías. Campbell y Russo (2003) adoptó este marco interpretativo, aplicando el modelo de Influencia Social, SI, para examinar cómo diferentes percepciones y el propio uso de la telefonía móvil están unidas en las redes de comunicación personal. Sobre la base de los datos, tanto cualitativos como cuantitativos, los autores encontraron que la aprobación, la conceptualización y la utilización

---

de teléfonos móviles tienden a ser considerablemente influenciados a través de la interacción dentro de la propia red. En otras palabras, los individuos son socialmente contagiados en la forma de pensar acerca de la tecnología y en su uso. La distinción está en que Campbell y Russo (2003) ilustran cómo las percepciones y usos de la telefonía móvil son socialmente construidas en pequeña escala, en las redes sociales más próximas, y Okabe Ito (2005) demostró cómo la construcción social de la tecnología se produce en un mayor nivel cultural.

Esto es, por que las tecnologías se construyen socialmente, en un contexto particular, pudiendo esperar diferencias culturales en las actitudes significativas entre distintos grupos. Es especialmente razonable esperar diferencias al comparar las actitudes entre los usuarios, como también lo es prever similitudes entre las culturas, "las tendencias de la comunicación móvil que, a pesar de las variaciones culturales, parecen ser más bien de naturaleza universal. La extensión de estas tendencias se manifiestan en una serie de aspectos de la vida social, como los jóvenes usan la tecnología para la creación de redes sociales, nuevas formas de coordinación, las tensiones entre la autonomía y la privacidad, y las consecuencias imprevistas de la tecnología" (Katz y Aakhus (2002:311)).

Otra tendencia que es perfectamente observable, es la transformación del espacio público y la esfera privada a través de prácticas de comunicación móvil. "En muchos países, el panorama social está cambiando, cómo se comportan las personas y socializan en los espacios públicos, incluidos bares y estaciones de tren, están siendo modificados y configurados por la presencia de y como respuesta a los móviles" (Katz y Aarhus, 2002: 302).

## **TEORÍA DEL SISTEMA-MUNDO**

El concepto de "World (Global) System Theory" fue acuñado por Immanuel Wallerstein (1974) en su libro sobre la economía mundial entre 1600-1750, "El moderno sistema-mundo" con el que aportó a la ciencia histórica un nuevo modelo teórico-interpretativo. Wallerstein, con las influencias intelectuales de



---

Karl Marx, Fernand Braudel y la Teoría de la dependencia, puso de relieve el conflicto norte-sur, rechazó la noción de "Tercer Mundo", afirmando que había solo un mundo conectado por una compleja red de relaciones de intercambio económico.

El origen del moderno sistema-mundial va ligado a las ventajas en la acumulación del capital, el que desde un principio fue el fundamento para iniciar un proceso gradual de expansión, como resultado: la red mundial, o sistema de intercambio económico que existe en la actualidad. "El imperio decimonónico europeo, que llegó a dominar tres cuartas partes de la superficie terrestre, sólo fue posible cuando la tecnología de transporte y comunicación permitió que las redes económicas se establecieran. A fin de cuentas, antes que una colonia pudiera convertirse en valiosa y en un anexo de la economía europea, se tenía que haber tendido una red de comunicaciones y transporte" (Headrick, 1981, citado en de Ugarte, 2007:27).

Inglaterra, Francia y Estados Unidos, por medio del telégrafo y del cable trasatlántico modificaron sus relaciones diplomáticas, las materias militares, unieron las "bolsas" y mestizaron sus intereses económicos, creando el primer "Bloque", lo que más tarde sería la primera globalización y el imperialismo (de Ugarte, 2007), el cual puso en contacto a cada rincón de la tierra con la economía capitalista al estilo europeo. El sistema-mundial capitalista se encuentra lejos de la homogeneidad en términos culturales, políticos y económicos; está caracterizado por profundas diferencias en el desarrollo cultural, acumulación del poder político y capital. Wallerstein concibe las diferencias en las teorías de la modernización y capitalismo como una división duradera del mundo en el núcleo, semi-periferia y periferia.

La Tecnología, en cierta medida, se puede utilizar para la descentralización de la sociedad humana y reducir el concepto de tiempo y espacio. Innis (1972) propone que la comunicación, representada por el tiempo y el espacio, juega un papel importante en la organización de gobiernos y de las civilizaciones humanas. Hoy en día, con las tecnologías de la comunicación tan generalizada, a las personas se les pide que depositen su fe, su dinero, sus

---

ilusiones, sus identidades en ella; a pesar que estos sistemas, por lo general, no sean entendibles y oculten sus verdaderas intenciones. Según Innis (1972), el control del sistema de comunicación ha proporcionado poder a los imperios, para poner de relieve su existencia global, fortalecer sus influencias y sus religiones y para lograr sus objetivos administrativos y económicos.

Quizás el informe MacBride (1980) sea la única y más intensa experiencia que se conoce sobre un marco y una visión comunicativa de la sociedad. Cabe recordar algunos de los planteamientos de la convocatoria por un Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación, NOMIC, que hacía ver sobre los riesgos que implicaba la industrialización y las consecuencias de la concentración de la industria de comunicaciones y el consiguiente impacto negativo sobre la cultura democrática y en los asuntos de interés social. Especial atención debía prestarse sobre la unidireccionalidad de la comunicación; la concentración vertical y horizontal; la transnacionalización; la alineación informativa y la democratización de la misma.

Transcurridas tres décadas, los acontecimientos posteriores han corroborado, validado y justificado las alertas, observaciones y sugerencias indicadas en el informe, fundamentalmente porque el desequilibrio de los flujos informativos se mantiene e incluso se presenta hoy como un problema estructural, dado fundamentalmente por la concentración económica, la monopolización de los medios y la convergencia entre comunicación y telecomunicación; y en general, por la transformación de los escenarios y de los actores de la comunicación en la sociedad actual. Uno de los méritos del informe fue establecer la responsabilidad, más que en los argumentos técnicos y económicos, en la esfera de la decisión política y de la intervención pública en el desarrollo del sistema de comunicaciones.

El núcleo de la promesa de la sociedad informacional ha sido asegurar que la relación de las tecnologías con los individuos equivale a un mayor desarrollo y beneficios para todos los ciudadanos. Una falsa promesa. Revel –de manera más general- sentenció "la primera de todas las fuerzas que mueven al mundo es la mentira" (1989:9).

---

La ingenuidad inicial supuso que en un nuevo escenario podría materializarse la idea de una cierta igualdad, desafortunadamente el nuevo tipo de sociedad se consolidaba sobre la base de la misma estructura tradicional que ha legitimado las desigualdades imperantes en la sociedad moderna. Las nuevas tecnologías reducirían la desigualdad generando una demanda de obreros más experimentados. El adelanto tecnológico estaría promoviendo la igualdad. La demanda por actualizaciones tecnológicas, por el readiestramiento; la flexibilidad y autonomía laboral, el apoyo a los mercados pequeños; y el progreso tecnológico mejorará las oportunidades de movilidad ascendente.

Por otra parte, la información está asumiendo un papel central en la organización económica, social y cultural, al punto de representar y de ser el símbolo del paradigma de la sociedad occidental. Así, a la información podemos adjudicarle que tiene componentes de bien privado y de bien público. En tanto bien público, una vez disponible, genera beneficios que no son exclusivos; por tanto, las personas y las instituciones tienden a hacer disponible – poner en común con los demás- menos información de la que sería eficiente para un correcto desempeño social.

La gran mayoría de los proyectos estatales de acceso a las TICs lo hacen sobre el entendido que la implementación de estos nuevos medios digitales vendrá a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Es explícito el contenido profundamente político en el discurso que augura que traerá un aumento en los ingresos, que se extenderá el acceso a la educación, que mejorará la calidad de los empleos, que la salud estará al alcance de todos habiendo más prestaciones; que se crearán nuevos espacios deliberativos para la discusión política, que mejorará la calidad de la democracia y proporcionará a los ciudadanos una relación directa con sus autoridades. Razonablemente, es posible concebir la idea de que la estrategia de crecimiento, sobre la base de la tecnología e innovación, pueda dar un margen a los países pobres para mejorar su crecimiento. Pero, lo que sí es evidente, es que los países ricos los serán más, aumentarán su presencia en el mercado global, tendrán mayor disponibilidad en el uso y dominio a los recursos tecnológicos. Borreguero

---

Gómez cita a Touraine "si nos definimos sobre la base de nuestras acciones instrumentales, ya no somos iguales, porque uno es más fuerte, competente e instruido, y otro es débil, incompetente o analfabeto" (2006:140).

"En un mundo huérfano de grandes utopías políticas, la utopía técnica sirve como moneda de cambio a los ideólogos del mercado global en tiempo real" (Mattelart, 1998:294). No podríamos negar que, en efecto, el fenómeno de las nuevas tecnologías entraña una dimensión económica cultural, cuya expresión última es una lucha en y por los mercados globales. Sin embargo, el problema es todavía más profundo, pues sabemos que lo que se está instaurando es un nuevo régimen de significación que si bien se reconoce en las coordenadas de un mercado globalizado, lo excede en cuanto vector de transformación de los modos de significación (Cuadra, 2006).

La promesa de la sociedad de la información ha sido planteada ante factores de contexto que reflejan un fenómeno social complejo, tales como desigualdades sociales, económicas, políticas y culturales. Quizás sea necesario sincerar el ofrecimiento de la sociedad infocomunicacional y con ello la política pública y los programas respectivos; limitándolos al aumento de la presencia física de computadores y masificando el uso de la telefonía móvil y su conectividad, obviando la presencia de otros factores que les permitiesen a las personas usar las nuevas tecnologías para fines significativos.

Parte de esa "utopía técnica" ha sido perseguir el acceso universal. Esto ha implicado reemplazar los proyectos de comunicación por políticas de telecomunicaciones, siendo su núcleo el servicio universal y mejorar los índices de penetración, primando el criterio comercial.

## **LA CONFORMACIÓN SOCIAL DE LA TECNOLOGÍA**

The Social Shaping of Technology (SST) surge como una de las principales críticas hacia el determinismo tecnológico. La SST remonta su estatus en cuatro tradiciones investigativas, principalmente provenientes del Reino Unido (Williams y Edge, 1996): La Sociología del Conocimiento Científico (SSK) en el

---

decenio de 1970; La Sociología de Organizaciones Industriales en la década de 1970; Estudios críticos de la Política Tecnológica en la década de 1980, y la Economía del cambio tecnológico en la década de 1980 (Zhao, Shenwei, 2005).

Williams y Edge sostienen que el determinismo tecnológico consta de dos supuestos: a) la dirección del cambio tecnológico se encuentra predeterminada, sujeta a una lógica interna, y b) la tecnología tiene impactos necesarios y determinados sobre el trabajo, la vida económica y la sociedad como un todo (Williams y Edge, 1996).

En 1985, MacKenzie y Wajcman proponen una aproximación sistemática para abordar, no sólo la cuestión de las repercusiones sociales de la tecnología, sino también del contenido de la tecnología. Algunos autores han ido más allá de simples formas de determinismo social y han buscado explicaciones más flexibles. En particular, el foco principal de la SST es la comprensión de los vínculos entre los interlocutores sociales y los procesos técnicos. Desde este punto de vista, la tecnología es la "forma" que adquiere luego de la intervención de los ingenieros, los diseñadores, las fuerzas del mercado, las necesidades de los consumidores y las demandas, las negociaciones y controversias de las personas y grupos sociales.

De acuerdo con Robin Williams y David Edge (1996), lo fundamental para la SST es la idea de que "la tecnología puede tener un efecto intrínseco o un valor incorporado para la comprensión del cambio social, pero esto por lo general depende de un determinado contexto social" (Brey, 1997, citado en Mitrea, 2006:14).

Los que adscriben a este punto de vista reconocen la complejidad de las relaciones entre la tecnología y el proceso socioeconómico (Williams y Edge, 1996). MacKenzie y Wajcman (1985) argumentan que, en lugar de dar por sentado el impacto social de la tecnología, los científicos sociales deben plantearse aquellas "preguntas que se encuentran sin respuestas", "una cuestión no planteada y por tanto no contestada", por ejemplo ¿Qué es lo

---

que ha modelado la tecnología para que produzca ciertos efectos?, ¿Qué ha originado y está originando los cambios tecnológicos, cuyos impactos estamos experimentando?, ya que es ahí donde la tecnología configura su poder y su influencia en la sociedad. Para responder a esta pregunta, MacKenzie y Wajcman sugieren detener el tratamiento de la tecnología como un factor independiente en su relación con la sociedad.

SST examina cómo la tecnología puede influir y ser influida por la sociedad. En realidad se propone una relación dinámica entre la tecnología y la sociedad. SST difiere del "determinismo tecnológico", que considera que la adopción de ciertas tecnologías es inevitable y exige ciertos cambios sociales. Por el contrario, los estudios de la SST plantean que "la tecnología es un producto social", que ofrecen opciones a los miembros de la sociedad para hacer selecciones en el proceso de desarrollo tecnológico, la aplicación, y la adaptación. Según SST, este proceso de selección no es sólo determinada por los avances tecnológicos. En lugar de ello, una buena opción se selecciona en función de una gama más amplia de factores políticos, sociales, económicos, y culturales.

Williams y Edge afirman que uno de los principales aportes de los estudios SST es señalar la inadecuación de "tratar a las tecnologías y a sus contextos sociales como fenómenos separados" (Williams y Edge, 1996: 875). Desde esta perspectiva, la tecnología y la organización social no pueden ser tratadas como categorías enteramente separadas. Aquí resulta importante destacar que, al presuponer esta distinción tecnología/sociedad, el determinismo tecnológico utiliza una noción reduccionista de "tecnología" como equipamiento o dispositivos concretos. Al respecto, Williams y Edge sostienen la necesidad de incorporar en la definición de tecnología los *arrangements* sociales dentro de los cuales ella emerge y se corporiza. Esto es, requiere un esquema que reconozca las instituciones y los artefactos dentro de los cuales la adopción, la configuración y el uso de aquellas tecnologías tiene lugar, incluyendo al conocimiento y la competencia (*expertise*) que han creado las tecnologías y están corporizadas dentro de ellas (Williams y Edge, 1996).

---

Esta ampliación del concepto de "tecnología" debe incluir no sólo *equipamiento* sino también *conocimiento*, es decir, el *know-how* para usar objetos técnicos, para repararlos, diseñarlos y construirlos (Williams y Edge, 1996).

Existen "Choices" (opciones no necesariamente conscientes) inherente a cada uno de los artefactos y sistemas, y en la trayectoria de los programas de innovación. Si la tecnología no surge de la evolución de una determinada lógica o un solo factor determinante, entonces la innovación es un "jardín de bifurcación de caminos", diferentes rutas están disponibles, que podrían dar lugar a diferentes resultados tecnológicos. Significativamente, estas opciones podrían tener diferentes consecuencias para la sociedad y para determinados grupos sociales interesada en explorar las consecuencias materiales de las diferentes opciones técnicas.

Tratando de abordar la cuestión de dónde exactamente viene la tecnología, hay que abrir esa especie de "caja-negra" que conlleva. La innovación tecnológica y el desarrollo es un proceso que implica la complejidad de los procesos socio-económicos (Kubicek, Dutton y Williams, 1997), la SST ha problematizado el propio procedimiento de "innovación", considerándolo como un proceso incierto y contradictorio, señalando las series de limitaciones del modelo tradicional.

Si bien la tecnología es, en cierta medida, determinada por la sociedad, hay algunos factores no-sociales, como los aspectos técnicos de la propia tecnología, que participan en el desarrollo tecnológico que deben ser incorporados.

El desarrollo tecnológico es un proceso en "espiral", más que un proceso lineal, en la medida en que las innovaciones cruciales aparecen en el diseño y son continuamente retroalimentadas en las futuras series del cambio técnico.

De acuerdo con la teoría de la SST, la tecnología se forma socialmente, las innovaciones tecnológicas encarnan "acuerdos sociales" y, por tanto,

constituyen complejos procesos sociales a través del cual cada parte que participa en la producción-consumo (desde el diseño, desarrollo, la adopción y el uso) es influenciada por "factores sociales" (Williams y Edge, 1996). En particular, la etapa de desarrollo de un producto se considera como "un proceso discursivo comunicativo" (Hymes, 1972; Sacks et al., 1974; Schegloff, 1992, 2000); la fase de aprobación-adopción se considera que prevalecen por la "dinámica de las redes sociales" (Valente, 1995); la etapa de uso o consumo es descrita por las "traducciones" (Callon, 1986; Latour, 1987); "representación" (Akrich, 1995), la "configuración" (Woolgar, 1991) y es socialmente situados en "entornos domésticos, lugares de trabajos y espacios públicos" (Sørensen y Berg, 1991; Silverstone y Hirsch, 1992; Cawson et al., 1995; Mansell y Silverstone, 1996)"(Boudourides, 2002:4).

En resumen, para muchos la perspectiva de la SST persigue un equilibrio, no por ello acrítico o apolítico, entre el determinismo social y el determinismo técnico, según el cual los usos sociales, la comunicación y las consecuencias del comportamiento se construyen junto a (en) las tecnologías, donde las tecnologías pueden ser interrogadas (Akrich, 1992; Latour, 1992; MacKenzie y Wajcman, 1985, citado en Brey, 1997). De esta manera, la caja negra de la tecnología se abre para mostrar cómo incluso el propio diseño de la tecnología (y los artefactos propios) puede encarnar importantes supuestos sociales.

## **EL MODELO DE INFLUENCIA SOCIAL**

La base teórica de los estudios provenientes The Social Influence Model (SI), modelo de uso de la tecnología (Fulk, 1993; Fulk, Schmitz, y Ryu, 1995; Fulk, Schmitz, y Steinfield, 1990; Schmitz y Fulk, 1991), sostiene que "las percepciones de los medios de comunicación son, en parte, subjetiva y socialmente construidos, es decir, que la conducta que se desarrolla hacia ellos varía de acuerdo a las influencias de ciertos individuos sobre otros" (Fulk et al., 1990:12).

Según el modelo, los factores del contexto social influyen en el desarrollo de las percepciones y usos de las tecnologías de la comunicación. En concreto, las actitudes, las declaraciones y comportamientos de los demás, en estrecho



---

contacto, son la clave en la configuración de puntos de vista y cómo se utilizan los medios de comunicación.

El modelo SI, evidencia una adecuación pragmática entre el uso de teléfonos móviles y los valores culturales y los estilos de la comunicación. (Fulk, Schmitz y Steinfield, 1990; Steinfield, 1992). Este modelo intenta explicar el proceso de adopción, uso e impacto de los nuevos sistemas de comunicación en las organizaciones, ahora extendido al contexto personal, a través de métodos cuantitativos y midiendo variables (Sociogramas, grafos y álgebra de matrices; Grandes encuestas Egocéntricas; Muestras de guías telefónicas locales o listas de nombres; RSW; método "Scale-up"; Generador de nombres a partir de posiciones sociales y de recursos accesibles).

Por ejemplo, Campbell y Russo (2003) en el estudio "The social construction of mobile telephony: An Application of the Social Influence Model to Perceptions and Uses of Mobile Phones within Personal Communication Networks" utilizaron el SI como modelo de exploración de las percepciones y el uso del teléfono móvil en redes de comunicación personal, pero como marco interpretativo emplearon el SCOT. Un estudio contextual de los factores sociales, los valores culturales y los estilos de comunicación en la comunicación a través del teléfono móvil. Una de sus conclusiones es que "más allá de la influencia social de los demás, el uso de teléfono móvil o de otras tecnologías de la comunicación también son co-construidas a través de las prácticas que se ajustan, tanto a nivel personal como colectiva.

Los resultados que se obtienen al aplicar el modelo SI, tienen que ver, por ejemplo, con la variedad de factores determinantes en la adopción, uso, y el impacto de la nueva tecnología; las variables del contexto social que influyen en el proceso de adopción; tamaño de las redes personales; patrones de uso de los medios de comunicación; frecuencia de contacto entre cada uno de los otros miembros de la red; número de vínculos relacionales entre los miembros de una red; factores predictivos en la percepción de usos; grados de percepción de ciertas funciones de los dispositivos tecnológicos; actitudes del uso del móvil ante situaciones cotidianas.

## OTROS MODELOS DE APROXIMACIÓN

Sólo por mencionar, ya que escapan largamente de la intensión del presente cuerpo teórico, la existencia de otras aproximaciones que se han vinculado al teléfono móvil como objeto de estudio. Se trata de las ciencias del Comportamiento, en su clave del conductismo (descripción de relaciones funcionales entre clases de respuestas y clases de estímulos, que explicarían el comportamiento) que han aportado el Modelo de Aceptación Tecnológica o de Innovaciones, que son modelos predictivos, los que en su mayoría buscan conocer, modificar o corregir los comportamientos individuales. Entre estos modelos se encuentran la Teoría de la Acción Razonada - TRA (Fishben y Ajzen, 1980); Modelo de Aceptación Tecnológica – TAM (Davies, 1989; Modelo de Aceptación Tecnológica Ampliado (Davies y Venkatesh, 2000); Teoría del Comportamiento Planeado – TPB (Mathieson, 1991); Teoría de la Descomposición del Comportamiento Planeado – DTPB (Taylor y Todd, 1995); Teoría de la Difusión de las Innovaciones – DOI (Rogers, 1995); Estudios de Riqueza de Información y Presencia Social – SPIR (Gegen y Straub, 1997); Teoría Cognitiva Social – SCT (Compeau, Higgins y Huff, 1999).

Estos modelos, en general, postulan que el inmediato precursor de la conducta es la intención. Ésta, a su vez, tiene unos antecedentes que la explican, a saber: la actitud, conformada por las creencias acerca del objeto, la evaluación de las mismas, y la norma subjetiva, desarrollada a partir de la percepción de las creencias que los otros poseen acerca de la conducta que la persona debe realizar, así también de la motivación personal en cumplir dichas expectativas. En el caso de las nuevas tecnologías y de la innovación este tipo de modelos se aplican, por ejemplo, cuando una empresa decide incorporar nuevos equipos y software para apoyar las necesidades del negocio, pero la adquisición apropiada debe ser coherente con una utilización eficaz, para ello los trabajadores deben hacer un uso apropiado, por tanto, la organización se plantea conocer las actitudes de sus trabajadores, corregir los comportamientos que tengan un impacto negativo y promover su aceptación.

En el caso de la telefonía móvil, principalmente se han aplicado en la fase de aprobación del dispositivo, es decir, sobre la intención y la conducta para elegir, seleccionar y decidir el modelo de teléfono que se va a adquirir. Así, estos modelos predictivos y experimentales, aplican una serie de variables explicativas y de control para indagar en los comportamientos a través de las intenciones y las conductas. La industria del diseño y de fabricación de móviles son las que más ocupan estos modelos con el fin conocer la percepción de uso y de utilidad, para mejorar la capacidad de predicción de la adaptación del usuario, para comparar los modelos de elección y los modelos de selección de ciertos dispositivos móviles.

## **LA CRÍTICA AL DETERMINISMO TECNOLÓGICO**

Otra necesidad teórica es poner en evidencia las carencias del Universalismo y de la teoría difusionista. Para ello, es preciso dar cuenta sobre los argumentos en que se ha basado la política del acceso universal de las nuevas tecnologías y de la adopción de las innovaciones. Tarde (1890) centró sus averiguaciones en los conceptos de innovación e imitación, de cómo un objeto material (tecnología o producto) inventado por un grupo reducido de personas, era apropiado y pasaba a ser parte de las prácticas cotidianas de un colectivo mayor. Esta preocupación por la difusión de las innovaciones surge en Tarde como un intento explicativo del cambio social. Con esta aproximación, Tarde desarrolla la curva en forma de "S" (Curva-S), que alude a un grupo reducido de sujetos que imita (la imitación como proceso comunicativo) el comportamiento innovador, y a medida que pasa el tiempo, más y más individuos mimetizan la conducta de los primeros imitadores, hasta que la idea se generaliza en la sociedad.

Por su parte Ogburn (1922) relacionó el desarrollo tecnológico con el auge o modernización técnica experimentada por una sociedad en un momento concreto y la difusión tecnológica con el potencial adaptativo de sus miembros. La cultura adaptativa va retrasada con respecto al desarrollo técnico. Griliches (1957) propuso una "epidemia", como la explicación de la demanda inducida y la forma de la curva de difusión; Mansfield (1961) trató

---

de explicar los patrones de difusión en términos de la rentabilidad esperada de la innovación y la difusión de información sobre sus características técnicas y económicas. Artle y Averous (1973) analizando el sistema telefónico, ofreció la externalidad de la "red" de consumo para explicar que el valor de la red de abonados aumenta con el número de adoptantes del sistema (Botelho, A y Costa Pinto, L., 2004).

Everett Rogers (1965) afirmó que los elementos esenciales en cualquier proceso de difusión son: la innovación que se comunica a través de ciertos canales (comunicación interpersonal y de masas) a lo largo del tiempo y entre los miembros de un sistema social determinado. A su vez, el proceso de adopción de innovaciones debe contemplar una fase de conocimiento (contacto con poca información); interés (hay expectativas); evaluación (se pondera la decisión); de prueba (uso a pequeña escala) y la adopción (confirma el compromiso del sujeto ante la innovación). Los adoptantes también tienen su tipología: innovadores, tempranos, mayoría avanzada, mayoría tardía y rezagados.

Las teorías de la comunicación como la de "difusión de innovaciones", la del "flujo en dos pasos" o los enfoques de la extensión son bastantes congruentes con la mencionada teoría de la modernización. Según Rogers, esta perspectiva implica "que el rol de la comunicación es transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus audiencias, y crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público" (Rogers, 1986:49).

Everett Rogers observó el proceso de difusión y adopción de innovaciones culturales, basándose principalmente en la investigación sociológica de sociedades agrarias. La modernización se concibe aquí como un proceso de difusión en el cual los individuos transitan de un modo de vida tradicional a otro más complejo, más técnicamente desarrollado y más rápidamente cambiante. Por lo tanto, este enfoque se interesa en el proceso de difusión y adopción de innovaciones de una manera más sistemática y planificada. En una segunda edición de su libro Rogers (1976) señala que hay sólo cuatro

---

etapas cruciales en el proceso de difusión y adopción: (a) el conocimiento de la innovación en sí misma (información), (b) la comunicación de la innovación (persuasión), (c) la decisión de adoptar o rechazar la innovación (adopción o rechazo), y (d) la confirmación de la innovación por parte del individuo.

Otra perspectiva del enfoque determinista, considera a la tecnología como un artefacto libre valorativamente y neutral políticamente que puede ser usado en cualquier contexto social e histórico. Dentro de esta perspectiva al menos cuatro diferentes puntos de vista pueden ser distinguidos. Una primera posición bastante optimista comparte la convicción de que el desarrollo y la aplicación de tecnologías pueden resolver todos los variados problemas de la humanidad. La segunda postura lleva a la anterior a un extremo opuesto, es decir a la concepción de que la tecnología es la fuente de todos los conflictos de las sociedades. Una tercera variante expresa la visión de la tecnología como la fuerza que conduce al desarrollo. La cuarta variante que cualquier tecnología crea gradualmente un nuevo ambiente humano.

De acuerdo con estas teorías, el crecimiento de los abonados de móviles sigue una curva en "S". Tal patrón evolutivo se debe a que el número de abonados es positivamente influenciado por el número de abonados existentes, así como por la diferencia entre el nivel de saturación y el número de abonados existentes (Botelho, A y Costa Pinto, L., 2004).

Según Rogers, principalmente los medios de comunicación influyen en la primera etapa del proceso de adopción, la información y el conocimiento sobre la existencia de una innovación; mientras que las relaciones interpersonales principalmente entrarían en juego en la etapa posterior de la persuasión. Sin embargo, esta dicotomía, más aún en el actual contexto, es obsoleta, ya que ambos canales ejercen una presión social por abrazar la modernidad, "hay que ser moderno" (Eve y Smoreda, 2001, citado en Lobet-Marís, C y Galand, JM, 2004).

El modelo de Rogers no aborda los factores que influyen en el proceso de adopción o las características de cómo se estructuran los comportamientos de

---

los adoptantes. Este modelo determinista plantea que la decisión sobre la adopción es principalmente como resultado de una deliberación personal en términos de ventajas; entendiendo que la innovación se presenta como un proceso lineal e inequívoco (Lobet-Maris, C y Galand, JM, 2004).

Por tanto, desconocen que los procesos están interrelacionados, significados, en los que emergen emociones, sentimientos, individuales y colectivos. Además, su razonamiento impide conocer las explicaciones y razones que están detrás de la no aprobación o no adopción de cierta tecnología, cuando estas decisiones también son racionales (Lobet-Maris, C y Galand, JM, 2004).

El determinismo tecnológico promueve una actitud pasiva hacia una parte muy importante de nuestras vidas, ignora la compleja y estrecha relación que hay entre sociedad y tecnología y la reduce a una simple relación de causa-efecto. En particular, no permite tomar en cuenta como una característica de la tecnología afecta a las personas cuando la usan (Mackenzie y Wajcman, 1985).

## CAPÍTULO III

# LAS PERSONAS MAYORES Y EL CONTEXTO SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN MÓVIL

“Vivir más años no puede ser nunca un problema.  
El problema es la pobreza y la desigualdad”  
 (“Contra la tercera edad”, Riera, 2005:23)

## LAS PERSONAS MAYORES Y VEJEZ

Se estima que para el año 2020 en el mundo habrán 1.000 millones de personas mayores de 60 años, en España una de cada cuatro personas del total de la población será mayor de 60 años (UN, 2002). Además, en las últimas décadas en los países más desarrollados del planeta la esperanza de vida se sitúa en una media de 75 años (Garau, 1998). En los países de la Unión Europea la esperanza de vida al nacer, llegaba ya a finales del siglo XX, a los 81 años para las mujeres y a los 75 años para los hombres (Flaquer, 2001). España, tiene una de las expectativas de vida más altas, 76.9 años para el hombre y 83.6 años para la mujer (IMSERSO, 2007; Machado, 2001; Armadans, 2002).

España, con 7 millones de personas mayores de 65 años, en cifras absolutas, ocupa el quinto lugar en la Unión Europea y el quinto del mundo en cifras relativas (tras Italia, Suecia, Grecia y Bélgica) (Eurostat, 2007). Las previsiones de Naciones Unidas estiman que en el año 2050 España será el más viejo del mundo con 12.9 millones de personas mayores, un tercio de la población total, de los cuales un 10% serán octogenarios (IMSERSO, 2007).

Mientras que en el último siglo la población total en España se ha duplicado, la población mayor se ha multiplicado por 7. Como consecuencia de ello, en el momento actual el 16.9% de la población española tiene más de 65 años, frente al 5.2% del año 1900. Por si esto no fuera suficiente, los primeros años del siglo XXI están aportando otra novedad demográfica: un incremento muy rápido y acentuado del número de personas octogenarias (aquellas que tienen más de 80 años), habiéndose multiplicado esta cifra por 12 (Pérez Díaz et al., 2008:180; González y Caramés, 2001).

En cuanto a la esperanza de vida al nacer, hay que destacar que ha crecido de forma considerable debido principalmente a los avances en las políticas sociales, y médico-asistenciales. El segundo de los factores que provoca el envejecimiento es la fuerte caída de la tasa de fecundidad que se inició en España a finales de los años setenta, "llegando a un índice de natalidad de 1.24 hijos por mujer en 2001, por debajo de la media de la Unión Europea y muy lejos del nivel de reemplazo situado en 2.1 hijos por mujer" (Pérez Díaz et al., 2008:181).

Además, el envejecimiento de una población, vivir más años y con mejor calidad de vida, está propiciado por las condiciones de vida, las mejoras higiénicas y sanitarias, una nutrición adecuada, especialmente para madres e hijos (Riera, 2005:18). Tiene una relación directa con la educación, con la emancipación de la mujer, con un entorno sostenible y con una distribución más igualitaria de la riqueza. Las guerras, las epidemias, la pobreza, la opresión y discriminación de la mujer y la ignorancia son los enemigos del envejecimiento. "Que vivamos más años no depende de los genes, depende del desarrollo económico, social y cultural" (Riera, 2005:18).

Según el investigador Pérez Díaz (2008) es común, al momento de aproximarse a la situación de las personas mayores, recurrir a argumentos que se consideran invariables, los denominados "efectos de la vejez", que caracterizan a priori a este colectivo, como son "la salud más precaria y en declive, capacidades menguadas y minusvalía, actividad consecuentemente muy menor, menor movilidad, exclusión del trabajo productivo y, por lo tanto,



dificultad o imposibilidad de obtener ingresos o recursos propios, problemas económicos frecuentes —e, incluso, pobreza—, falta de independencia, necesidad de ayudas y de asistencia, vulnerabilidad y actitud temerosa ante el cambio, conservadurismo, pérdida del estatus conseguido como adulto en la familia y en la sociedad en general, y así una larga lista de otras características igualmente poco atractivas" (Pérez Díaz et al., 2008:184). Como corolario, lo de fondo, es que el envejecimiento suele entenderse como decadencia, lo viejo conlleva una connotación pesimista y negativa, la "vejez se caracteriza por ser la antesala de una muerte inminente" (ídem).

Si buscamos el sinónimo de "viejo" obtenemos: veterano, arcaico, antiguo, pasado, rancio, primitivo, añejo, anticuado; gastado, deteriorado, cascado, andrajoso, vetusto, obsoleto, apolillado (RAE). "Sentirse, considerarse y hacerse viejo no es una buena señal. ¿Qué es ser viejo?, ¿la pérdida funcional de nuestro organismo?, ¿el deterioro de la capacidad intelectual?, ¿la falta de interés por el mundo? ¿La incapacidad de entender los cambios de nuestro entorno?, ¿Es posible instalarla en una edad determinada? ¿Todos somos viejos al momento de jubilarnos?" (Riera, 2005:101).

"La edad es una de las categorías de más tradición como eje causal de diferencias sociales. En la sociología funcionalista clásica, la edad es considerada, junto con el sexo, un determinante fundamental del rol y el estatus de cada persona, un criterio universal de identificación social y de distribución de recursos, con formas específicas en cada tipo de civilización, pero de gran solidez y continuidad" (Pérez Díaz et al., 2008:184) Pero referirse a la situación de una persona exclusivamente a partir de una edad determinada tiene un valor confuso, segregador y claramente negativo para el colectivo al que se refiere, con el agravante de las connotaciones peyorativas del término.

Estas referencias estáticas, interpretan el envejecimiento como un proceso lineal, tratando de definir el comportamiento de edades similares dentro de un corpus de normalidad; esta aproximación que es inexacta, ya que cada comportamiento de cada persona es un valor a analizar. Hay una tendencia por comparar a las personas mayores con discapacidad, que son

tecnofóbicas, hay una obsesión por encontrar y corregir las causas de esta ansiedad y la incompetencia; y por otra parte, la comunidad tiende a ofrecer pocas oportunidades para que expresen sus deseos y necesidades de manera independiente (Lobet-Maris y Galand, 2004).

“La vejez se refleja en la representación social con unas connotaciones negativas, que se proyectan en el subconsciente social con imágenes en este período vital revestidas de improductividad, aburrimiento, enfermedad y tristeza” (Iglesias de Ussel, 2001:9). Se suele interpretar que si una persona es vieja es alguien en declive, en retirada con deterioro personal y en decadencia social. La sociedad envejecida, por tanto, será decadente y pasiva. Como, si a partir de cierta edad, empezara un proceso en el que se pierden de forma irreversible y continuada las condiciones físicas, mentales, económicas y sociales. Peor aún, si le sumamos a la edad las determinantes en función de la capacidad productiva, tenemos ciudadanos considerados como una carga social y, por tanto, son sujetos que posiblemente pueden ser conducidos a situaciones de exclusión.

Un ámbito de conocimiento que ha tenido entre sus “saberes” al envejecimiento, es la biología, la que entiende la vejez como la constatación de que todo organismo tiene un proceso vital de crecimiento, equilibrio y decaimiento. A estas etapas se les pone fechas y cada sujeto debe amoldarse a las características que se atribuye a cada una de estas fases. “La medicina y la geriatría han transitado desde entender la vejez como una “patología” a interpretarla como un período “natural”, en que cualquier intervención médica es para que esta etapa sea vivida lo más “normal” posible” (Riera, 2005:102). Se suele adjudicar a la edad como la causa de múltiples sucesos que nos pasan en la vida. Un dolor en la espalda, el olvido de las llaves, la dificultad en entender un manual de un teléfono móvil, la disfunción eréctil, el cansancio tras un día agotador o luego de jugar con los niños. A partir de cierta edad, los años tienen la culpa de todo lo que nos sucede, porque lo asumimos como si fuera una consecuencia lógica y natural del paso del tiempo (Riera, 2005). Más aún, los comportamientos se intentan adecuar a lo que la sociedad espera de cada etapa vital. No sólo se cree que las cosas son

---

así sino que deben ser así. Se supone que la llegada a cierta edad sé es menos competente para el trabajo, el sexo no está bien visto a ciertas edades, no se ve bien si se decide divorciarse después de los sesenta, ni menos que se declare la homosexualidad, la austeridad es lo esperado y cualquier gasto se entenderá como un despilfarro, hay que vestir con ciertos colores, peinarse de una forma, entre otras imposiciones (Riera, 2005).

Envejecer es un fenómeno multidimensional, en el sentido que las personas envejecen cronológicamente, biológicamente y psicosocialmente. Las personas mayores tienen una edad concreta, un puntual estado de salud y un estado de ánimo particular. Por tanto, es impreciso adjudicar una característica determinada a los integrantes de este colectivo como si se tratase de un todo homogéneo, reduccionista y determinista, ya que cada integrante, cada persona, es muy diversa y heterogénea entre sí, cada uno es un mundo particular, con sus propios deseos, necesidades y objetivos.

Envejecer se manifiesta de manera distinta en diferentes sujetos. Se entiende que es a los 65 años cuando empieza la vejez. Existe la percepción que el inicio de la jubilación es la puerta de entrada a la vejez (Triadó, Martínez y Villar, 2000), fundamentalmente porque desde que se empezaron a instaurar las pensiones de la vejez, se fijó esta edad como condición para jubilarse. Cumplida esa edad, se pasa a otra categoría social que queda reflejada por las estadísticas. "Los 65 años se convierte en una línea divisoria artificial, entre activo/pasivo, en donde no entra en consideración las características personales de cada uno como referente vital, independiente de su edad cronológica, como si las personas fueran iguales por el hecho de haber vivido los mismos años" (Riera, 2005:30). "Sentirse" viejo pueda darse de manera independiente de la edad real del sujeto, así una persona de 40 años puede serlo y una de 75 no.

Varios autores (Moschis, 1996; Siguan, 1997; Tous y Navarro, 1997; Armadans, 2002) hacen notar que existen "distintas formas de vivir el propio envejecimiento, así como diferentes modos de envejecer. No es suficiente con observar una variable concreta para inferir cuál sería ese estado particular,

---

sino que es preciso entrecruzar distintas dimensiones como el sexo, edad, estado civil, personalidad, salud física y psicológica. Más la historia personal y las situaciones propias de su contexto y de los cambios que evidencian en su entorno como la jubilación, la viudez y el síndrome del "nido vacío" (Armadans, 2002; Treas y Bengston, 1982).

Envejecer, supone un proceso individual, subjetivo y de envejecimiento social ligado a las esperanzas y a las exigencias de la sociedad (Gognalons-Nicolet, 1994). La persona mayor se enfrenta a dilemas, el propio, la imagen de sí mismo, más el dilema externo, lo social. El adulto mayor se debe reinventar, a propósito de las pérdidas y del futuro, de la dependencia y la suficiencia, de lo que es a como lo ven.

Baltes y Baltes (1990) consideran la vejez como algo que difiere de manera cualitativa de las etapas anteriores de la vida y plantea necesidades diferentes, manteniéndose sin embargo la necesidad de crecimiento personal. Se sitúa dentro del modelo de envejecimiento en el que se reconoce la necesidad de desarrollo a la vez que se aceptan las pérdidas ocasionadas por el envejecimiento (Armadans, 2002). Otra consideración es la que propone la Organización Mundial de la Salud, OMS, el modelo del envejecimiento activo, entendido como proceso de optimización de las oportunidades de participación, salud, bienestar y seguridad de todas las personas a medida que se adelanta el ciclo de vida, con acento en la autonomía, los derechos sociales y la vinculación relacional de la gente grande. Las bases de esta orientación apuntan hacia un desarrollo humano orientado a un ejercicio socialmente comprometido, activo y responsable de la ciudadanía; fomento de la salud y el bienestar material y emocional como requisito clave de calidad de vida en situaciones de dependencia, y la creación de entornos físicos, comunitarios y sociales que garanticen una vida cotidiana digna y segura (Armadans, 2002).

Otra perspectiva es la que promueve la vejez dentro del concepto de "envejecer en el país de Ulises" (McGuire et al., 2000) en la que se reconoce el papel del ocio como una parte vital del desarrollo humano. Una persona

---

mayor en nuestra sociedad actual queda delimitada por su edad principalmente, su situación con respecto a la sociedad (jubilado, viudo, etc.), su nivel de socialización respecto a la sociedad, las imágenes sociales de "ella misma" y las de los demás, junto con otras particularidades por efecto generacional (Armada, 2002). Es perfectamente posible que los mayores continúen buscando nuevas aventuras y oportunidades, no hay límites para el crecimiento personal, aunque la sociedad no lo crea.

Experimentar la vejez no está sólo determinada por el sujeto que la vive, sino que además su comportamiento está vinculado a las otras edades, "con sus cambios y comportamientos, los que pueden modificar la posición de las personas de más edad, incluso sin ser conscientes o sin ser activos en el proceso" (Pérez Díaz et al., 2008:186).

## **LAS PERSONAS MAYORES Y CIUDADANÍA**

Por lo general, hay una lógica que instala a las personas mayores en una dimensión de "carga social" y en el espacio de la "ausencia", al margen del mercado del trabajo, fuera de los sistemas y de los procedimientos formales de la educación, fuera del sistema formal financiero, fuera de las decisiones del grupo familiar, fuera de las decisiones comunitarias, y así una serie y concatenadas maneras de estar pisando la línea de la exclusión.

Una visión antagónica a los paradigmas imperantes, es la que propone el envejecimiento productivo, en tanto en su condición de sujeto capaz de formar parte y de ejercer la ciudadanía activa de la comunidad a la cual pertenece. Este último derecho, lleva implícito el derecho a participar en igualdad de condiciones con otras generaciones en el desarrollo de sus comunidades (Gutiérrez, E. et al., 2006).

El ciudadano longevo permanece apto en su condición de "productor", sin embargo, la cultura oficial tiende a tapar e invisibilizar sus cualidades, argumentando que es el momento de vivir el descanso y el ocio como meta a alcanzar, para qué pensar cuando se puede descansar. La productividad, en

---

el sentido expuesto, tiene que ver con algo que es más que la “actividad”, más que la “saludabilidad”, tiene relación con el “seguir haciendo”, el hacer con sentido, que va más allá de la producción económica y la generación de ingresos, implica desde la producción de ideas hasta la producción de redes sociales, organizaciones de base, mecanismos de solidaridad, proyectos individuales y colectivos, el seguir pensándose a uno mismo (Gutiérrez, E. et al., 2006).

En diversos puntos de la construcción dominante de la vejez, desde las ofertas de los ayuntamientos con programas para adultos mayores hasta el diseño de los teléfonos móviles, existe una permanente insistencia en invocar al adulto mayor como objeto de cuidado, respeto, reconocimiento, rehabilitación, cariño y atención. Estas declaraciones en sí no conllevan nada reprochable, por el contrario; el problema es cuando la insistencia discursiva de todos estos elementos trae consigo un proyecto asistencialista que en vez de potenciar y liberar, desdibuja el proyecto propio del sujeto (Gutiérrez, E. et al., 2006).

Es difícil encontrar en el discurso institucional un lugar en que los mayores tengan un tratamiento desde la idea de sujeto social, en donde se les garantice sus derechos, roles, estatuto social o cultural, en el cual la persona mayor pueda reconocerse, “el viejo, en tanto categoría social, nunca ha intervenido en el curso del mundo. Se niega su calidad de sujeto social –es un puro objeto—y, por cierto, se niega su calidad de actor o agente social” (Simone de Beauvoir citado en Gutiérrez, E. et al., 2006).

Entre tantos conceptos que potencian el discurso estigmatizador sobre los mayores, es difícil que ellos puedan reconocerse, encontrar un lugar, una idea sobre su identidad. Más aún, en un contexto de plena globalización en donde los valores que se acuñan dependen del estatus que alcanzan los sujetos, la persona mayor, por más que busque no logra encontrar su sitio ni su rol social que lo integre a la formas de vivir en común.

En general, al comparar la situación de las personas mayores en distintos países europeos, son quienes presentan mayores índices de analfabetismo,

---

tienen menos años de estudio, perciben menos ingresos, presentan mayores inconvenientes de calidad de vida (IMSERSO, 2006).

Una de las transformaciones más importantes que ha experimentado la sociedad española de las últimas décadas se refiere al nivel de instrucción general de la población y a la importancia de los conocimientos y de la educación en la vida individual y colectiva. Los mayores, sin embargo, no han llegado, al menos por lo que se refiere a la educación reglada, a alcanzar esta revolución. Sin duda, esta circunstancia va a condicionar poderosamente sus formas de vida, sus formas de pensar y su relación con el resto de la sociedad. Según la Encuesta de Población Activa (EPA, 2005), todavía el 7.6% de los españoles de 65 o más años son analfabetos, en términos absolutos son más de medio millón de personas; además, un 32.4% no ha completado los estudios primarios; tan sólo el 11.4% tiene estudios secundarios y un 6.6% estudios superiores. Asimismo persisten importantes diferencias de género entre ellos, la tasa de analfabetismo de las mujeres (9.8%) duplica a la de los hombres (4.7%) y sólo el 4.5% tiene estudios superiores, frente al 7.0% de los hombres. Dentro de la Unión Europea los mayores españoles, junto con los portugueses, son los que presentan niveles de instrucción formal más bajos (IMSERSO, 2006).

En un contexto de movilidad, el capital social (Bourdieu, 1985) también es una realidad móvil. Esta capacidad del cuerpo social para articularse en acciones colectivas significativas, puede acrecentarse o disminuir. Aunque no existan ecuaciones exactas ni mecánicas para el movimiento del capital social en uno o en otro sentido, sí es posible afirmar que sin asociatividad no existe capital social. Dada esta última afirmación, favorece el proceso de acumulación de capital social, aquella asociatividad que se rige por normas de convivencia cívica y que genera una capacidad para hacerse cargo de problemas de la construcción democrática. La acumulación de capital social produce el enriquecimiento de las capacidades de acción colectiva, lo que a su vez, permite a las personas influir sobre los procesos sociales. Los diversos alcances del concepto apuntan a valorar y a explorar la riqueza y la multifacética realidad que adopta la acción asociativa, develando una de las caras que oculta el protagonismo de los procesos de individualización

---

resaltados y promovidos por la instalación de las prácticas neoliberales en el desarrollo social (Gutiérrez, E. et al., 2006).

Los espacios tampoco son estáticos, en él confluyen "las instituciones públicas, ayuntamientos, órganos de poder local, demarcaciones jurídicas o fronteras simbólicas, políticas públicas, mercado, sociedad civil, mundo privado y doméstico, ámbito de producción y reproducción de consumo, construcción de identidades socioculturales, partidos, actores sociales y, desde luego, las propias configuraciones que asume el territorio" (Gutiérrez, E. et al., 2006:14). Sin embargo, con toda esta red de relaciones que se articulan desde el espacio local, los mayores han tendido a desplazarse a través de un movimiento de rotación, alrededor de su propio eje, porque se ha visto imposibilitada su acción y sus modos de conectar con la dinámica de la realidad. No a propósito de una decisión voluntaria, sino que a propósito del devenir de la falta de solidaridades y de la individualización del sujeto y de sus contornos. De mantenerse perenne este tipo de actuación los riesgos de la marginación son altos.

Los mayores en busca de su socialidad, han sido inducidos a organizarse a instancias de los ayuntamientos, organizaciones privadas, fundaciones sin fines de lucro, de acuerdo a la motivación de sus miembros por asociarse, lo hacen para "estar juntos", como un fin en si mismo. En esta categoría, los clubes de adultos mayores; de acuerdo a su campo de acción son entidades emergentes y que provienen de antiguas temáticas como las organizaciones de las personas con discapacidad, talleres o colectivos de mujeres, organizaciones indígenas, religiosas, de consumidores, etc.

La lógica que apunta a concebir a la persona longeva como ciudadano presupone establecer los factores que los determinen como sujeto social. No obstante, la calidad de sujeto social no garantiza la calidad de ciudadano de manera automática. Se es ciudadano en la medida en que se participa de un estatuto social tal en que es factible y exigible ejercer tanto derechos como deberes. La Carta de los Principios de las Naciones Unidas en favor de las Personas de Edad (16 de diciembre de 1991) puede ser argumentada en torno



---

a que proporciona una mirada ciudadana sobre el envejecimiento, a través de 18 puntos, agrupados en cinco dimensiones: Interdependencia, Cuidados, Autorrealización, Dignidad y Participación. Naciones Unidas, atendiendo a los procesos crecientes de marginación, llama la atención a las naciones para que releven a estos sujetos portadores de derechos. Evidentemente, esta intención por sí sola no ha cambiado el estatus de los mayores, pero abre una línea discursiva singular que introduce nuevos elementos para la visualización de estos sujetos en su calidad de actores y con un papel que realizar y para ello los Estados deben promover políticas más activas y de más promoción de derechos y deberes de las personas mayores (Gutiérrez, E. et al., 2006).

Por otra parte, la construcción del imaginario simbólico y el cada vez más influyente discurso comercial ha tendido a que los mayores sean vistos como una "clase social", homogéneos entre sí. La "tercera edad" (Huet, 1950) o la "cuarta edad" (Laslett, 1994), pensionados y jubilados mayores de 65 años y los mayores de 80, los "viejos entre los viejos" o los que están situados en una condición de dependencia final. Este efecto de seguir a la categorización infinita, ha redundado en una contradicción, mientras se es más viejo, más jóvenes son los otros. Es decir, si se vive más, se extiende la edad, y con ello las posibilidades de consumo de ciertos bienes, lo que conforma un nicho muy atractivo para publicistas, expertos en marketing y diseñadores de políticas públicas, los que cada vez amplían los rangos de juventud y redefinen la noción de vejez (Armadans, 2002). Hoy, en los países desarrollados, los jóvenes son los que tienen hasta 34 años, algo impensado en otras sociedades donde la esperanza de vida es hasta los 45 años.

"La Tercera Edad es un producto típico de la sociedad de consumo y de las sociedades capitalistas. Se crean Centros de Jubilados y Residencias que funcionan como guetos donde los mayores sólo se relacionan entre ellos y donde lo importante es entretenerles. De ahí que esta nueva clase de ociosos se dedique al turismo, a los bailes y teatros, donde hacen lo que les manda el animador. Se produce, por tanto, una infantilización y una pseudoadolescencia que imita a los chavales que van a las colonias o campamentos" (Bueno, 2006).

Con todo lo anterior y con la falta de precisión para definir el punto exacto donde comienza la vejez, también se pueden encontrar inconvenientes al tratar de operacionalizar el concepto a partir de la noción de la “última etapa de la Vida” (Armadans, 2002). Ya que, como se ha argumentado, “la división por edades, además de ser un argumento para justificar la desigualdad entre las personas, es la “gran trampa del supuesto problema del envejecimiento de la población y una excusa para tapar la ineficacia y la injusticia de un sistema económico, social y cultural que expulsa y margina a una gran parte de la población que no cumple los requisitos de idoneidad para sus satisfacer sus intereses y, a la vez, se lamenta del coste social de las víctimas” (Riera, 2005:28).

Entonces, ante tanto término peyorativo, confuso y ambiguo, ante tanta palabra que cargan con el estereotipo discriminatorio y ante tantos conceptos que deforman y manipulan al tratar de explicar la realidad, es preciso entender que la vejez es parte de un proceso que se inicia desde edades tempranas, “por lo que el término que daría mejor cuenta de ese trayecto es el de “longevidad”. Constata el tiempo que se ha vivido. “Una persona de 80 años es una persona longeva” a la que no se le presupone que tenga que estar enfermo, atrapado en sus recuerdos, desconectado del mundo y carecer de las mínimas habilidades de aprendizaje” (Riera, 2005:103).

## **LAS PERSONAS MAYORES Y CALIDAD DE VIDA**

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos, artículo 25 se define el concepto de Bienestar Social, el que se asocia con la calidad de vida, “toda persona tiene derecho a un nivel de vida que asegure su salud, su bienestar y el de su familia, especialmente en cuanto a alimentación, a vestido, a vivienda, a atención médica y a los necesarios servicios sociales; toda persona tiene derecho a la seguridad en caso de paro, enfermedad, invalidez, viudez, vejez o, en otros casos, de pérdida de los medios de subsistencia debido a circunstancias ajenas de su voluntad”.

---

Así, la calidad de vida se vincula a la idea de Estado de Bienestar materializada a través de políticas orientadas al crecimiento, con más énfasis en la generación de empleo, la reducción de la desigualdad social, a la eliminación del paro, sistema de pensiones, asistencia médica y a la satisfacción de las necesidades básicas.

La calidad de vida, también es entendida como “un valor social que establece como finalidad que todos los miembros de la sociedad deben disponer de los medios precisos por satisfacer aquellas demandas comúnmente aceptadas como necesidades” (Redondo, 1987:32) La Calidad de Vida es un concepto complejo, difícil de definir en términos de funcionalidad. Sin embargo, es posible establecer una característica principal: su multidimensionalidad (Fernández-Ballesteros, 1998).

La calidad de vida a nivel general se ha relacionado con el hecho de conseguir la felicidad, (Pol, 1987; San Martín, 1997; Moreno et al., 1999; Hernández et al., 2001), con la satisfacción vital, el bienestar psicológico, la calidad de la interacción social, la presencia o ausencia de sentimientos, como el dolor o la soledad u otros correlatos; y es medida en función del grado en que las personas individualmente consiguen satisfacer sus deseos y expectativas (Rodríguez, 1995 citado en Armadans, 2002).

Fernández-Ballesteros (1998) ha trabajado en bastantes investigaciones el concepto de calidad de vida. Hace varias distinciones, entre ellas, desde una perspectiva semántica, el término “calidad” se refiere a ciertos atributos o características de un objeto particular (vida), y en cambio, el término “vida” es más amplio y envuelve a los seres humanos. El problema inicial es que la vida puede analizarse desde diferentes perspectivas, de ahí que la calidad de vida debe ser necesariamente un concepto multifacético, que incluya una relación entre aspectos objetivos (servicios con los que cuenta la persona, nivel de renta, actividades que realiza, etc.) como subjetivos (valoraciones, juicios, sentimientos, etc.) estando en dependencia del contexto o de ciertas circunstancias del individuo, momentos o situaciones que la persona experimenta, ya que ambos, interactuando entre sí, desatan múltiples

---

combinaciones posibles (Fernández-Ballesteros, 1998). Por ejemplo, referido a los aspectos subjetivos, un factor personal como la salud, puede estar íntimamente asociado con los servicios sociales de salud, recursos y medios disponibles (Fernández-Ballesteros, 1996). Asimismo, un factor objetivo como el apoyo social disponible puede estar asociado con el disfrute en las actividades de ocio y sus correspondientes valoraciones, juicios y sentimientos (Armadans, 2002).

Así, las condiciones que integran la calidad de vida en la vejez según Fernández-Ballesteros (1997) serían: la salud (tener una buena salud), las habilidades funcionales (valerse por sí mismo), las condiciones económicas (tener una buena pensión y/o renta), las relaciones sociales (mantener relaciones con la familia y los amigos), la actividad (mantenerse activo), los servicios sociales y sanitarios (tener buenos servicios sociales y sanitarios), la calidad en el propio domicilio y en el contexto inmediato (tener una vivienda buena y cómoda y calidad de medio ambiente), la satisfacción con la vida (sentirse satisfecho con la vida) y las oportunidades culturales y de aprendizaje (tener la oportunidad de aprender cosas nuevas).

La interpretación que se hace frente a estas dinámicas, en el caso de las personas mayores, es que la edad sería un factor determinante sobre el tipo de calidad de vida, por lo que resulta esperable que ésta sea más precaria. Otra vez viene a ser la edad una variable dependiente que condicionaría esta etapa de la vida. Los últimos años y su calidad de vida no pueden entenderse plenamente sin conocer el curso vital previo (Elder, 1999 citado en Armadans, 2002).

En el contexto de la vejez, la calidad de vida depende tanto del contexto de referencia y los factores objetivos (el vivir en un lugar u otro, el disponer de determinado apoyo social, etc.), como de los ingredientes más subjetivos que tienden a priorizar aquellos aspectos que pueden estar amenazando la propia supervivencia (la salud, la autonomía) o a la propia existencia psicosocial (los vínculos familiares y sociales, la economía) (Armadans, 2002).

---

“La socialización es el proceso por el cual los individuos, en su interacción con otros, desarrollan las maneras de pensar, sentir y actuar que son esenciales para su participación eficaz en la sociedad” (Vander Zanden, 1986: 126; citado en Armadans, 2002). El tema es que no hablamos de cualquier contexto, por tanto, la socialidad de hoy es en base a la racionalidad económica, en un mundo en que “cada vez más participamos en una socialidad construida predominantemente en procesos de consumo. Este paso de los ciudadanos a los consumidores nos lleva a una participación segmentada que se vuelve “el principal procedimiento de identificación” (García Canclini, 1995:22). Es a partir de ello que consideramos que quizás un nuevo modo central de construir identidad y llevar adelante procesos de identificación sea a partir de los consumos mediáticos y de las vinculaciones y apropiaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (Martín, 2006).

En todo caso, cualquier aspecto vinculante con la calidad de vida no es posible hacerlo o determinarlo a partir de un solo sujeto, es propio de cualquier acto que implica la participación de otros, de ahí que la socialización sea un factor clave para desempeñarse en el medio social. Más aún cuando entra en juego la valoración subjetiva de la calidad de vida, pues la persona tiene de sí misma y de sus circunstancias múltiples interpretaciones, tan mutable y tan manipulable, que requiere de otros para su propia evaluación y percepción individual. La socialización como proceso tiene lugar a lo largo de todo el ciclo vital de la persona, y no se detiene en una determinada edad, más aún cuando los agentes de socialización (instituciones, individuos con atribuciones para imponer, controlar y canalizar) están incidiendo continuamente en los procesos de interacción social.

Con todo lo anterior, dimensiones objetivas y subjetivas, los sujetos en su valoración de la calidad de vida que disponen, deben contar con ciertos mínimos, como un paso previo inherente, que es contar con recursos básicos para emprender cualquier acción tendiente a mejorar su calidad de vida. Algunos autores reconocen en la tradición europea de la “política social” un ejemplo de ese énfasis por concebir la calidad de vida, no con cargo al grado

---

de satisfacción subjetiva, sino en términos de los recursos de que dispone el individuo para poder controlar y dirigir conscientemente su propia vida. Así, la calidad de vida tendría que ver con la disponibilidad de recursos en el ámbito de las necesidades básicas (alimento, vivienda y vestido, educación, sanidad y cultura); y previsión por parte del Estado (única manera de asegurar que los menos favorecidos económicamente puedan beneficiarse) de un amplio abanico de servicios públicos; además de medidas arbitradas por la sociedad para hacer frente a sus problemas sociales, unas medidas que muchas veces serán de estricta justicia social y políticas re-distributivas de la riqueza. En resumen, "sólo a partir de la disponibilidad de recursos para cubrir decorosamente las necesidades básicas (vivienda, educación, trabajo salud) es posible comenzar a hablar de calidad de vida, una calidad que por mucho que algunas técnicas de medición demuestren lo contrario, no acompaña la vida de millones de personas" (Blanco, 2004:3).

Hoy, especialmente, todo lo anterior cobra especial importancia en el contexto de la Ley de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en situación de Dependencia, pues es el Estado quien tiene y debe proporcionar el marco protector, tanto como derecho subjetivo para las personas en situación de dependencia y como apoyo claro a las familias que afrontan el cuidado de estas personas (IMSERSO, 2007).

En general, la percepción de las personas mayores relacionan el concepto de calidad de vida con los aspectos vinculados al ámbito personal, la de los servicios y a la economía. A nivel personal, hay una preocupación por sentirse escuchados, apreciados, respetados, sentirse miembros activos, participativos y útiles dentro de la sociedad. La autonomía en el propio entorno, la salud y las relaciones familiares y con las personas que los rodean son factores que inciden y tienen un importante peso en la calidad de vida.

Los factores que tienen en cuenta las personas mayores son la capacidad económica, las relaciones socio-familiares y el estado de salud. Así, las personas que tienen más ingresos mensuales o las que consideran que tienen un nivel económico mejor que el de la media, las que cuentan con la ayuda

---

de algún familiar o de alguna persona que les haga compañía y les escuche y las que disponen de un buen estado de salud, tienden a manifestar una calidad de vida mejor. Aunque, como ya se indicó en la primera parte, algunos investigadores coinciden en que las personas mayores tienden a expresar que viven con buena calidad de vida, debido a lo que se denomina "mudez social de la vejez", "una combinación de conformismo, resignación y falta de representación social" (Bosch i Meda, 2005:2).

En el caso de Cataluña, las personas mayores que disfrutan de una calidad de vida mejor son aquellas que disponen de un nivel de estudios superior, las que han trabajado, las que pueden contar con algún familiar o alguna persona con las cuales puedan establecer intercambio comunicativos y las que hacen ejercicio físico un par de veces por semana. Así mismo, también consideran tener una buena calidad de vida las personas que utilizan medicina complementaria a la dieta, las que están satisfechas con su estado de salud y las que, aún teniendo algún problema de salud, reciben tratamiento médico. Además, la gente mayor que manifiesta estar contenta con su calidad de vida es aquella que considera que tiene recursos económicos, la que asegura que bebe de manera moderada y no fuma y la que sigue unos hábitos o estilos de vida saludables (Obra Social "la Caixa", 2005).

De forma contraria, el estudio revela que las personas que tienen un nivel de estudios más bajo, las que han realizado trabajos de menor rango, las que en la actualidad tienen a alguna persona a su cargo y las que son sedentarias tienen una calidad de vida peor. Además, con respecto a la salud, las personas que se consideran enfermas o con más problemas de salud crónicos, síntomas depresivos, deterioro cognitivo y las que tienen dificultades para hacer las actividades de su vida diaria también tienen una calidad de vida inferior (Obra Social "la Caixa", 2005).

---

## EL PERFIL DE LAS PERSONAS MAYORES EN CATALUÑA

Hace años que la población de Cataluña tiene una de las esperanzas de vida más elevadas de todo España, según los datos de IDESCAT (2007), los nacidos en el 2005 pueden esperar vivir una media de 80.55 años (83.8 si son mujeres, y 77.3 si son hombres), es decir, entre dos a cuatro décimas más que las cifras actuales.

Actualmente en Cataluña las personas mayores superan a los niños en una razón de 125 a 100, es decir un 14% de la población son menores y un 17% de la población son personas mayores (IDESCAT, 2006). En Cataluña hay 1.175.519 personas de más de sesenta y cinco años. Si en 130 años la población se ha multiplicado por cuatro, la gente grande se ha multiplicado por quince, así la proporción de personas mayores de sesenta y cuatro años no ha parado de crecer desde que se disponen de datos: en 1877 era sólo del 4.4% y ha ido aumentando hasta llegar a los porcentajes actuales (Pérez Díaz et al., 2008:180).

Muy a pesar del catastrófico pronóstico que conlleva una sociedad envejecida, lo cierto es que cada vez es más evidente como se teje un profundo cambio en las mismas personas mayores y en la relación que mantienen con el entorno social y material. A diferencia de las construcciones estáticas y reduccionistas, supuestamente inherente al envejecimiento y a la vejez, la verdad es que, entre las sociedades adelantadas como la catalana, “probablemente estemos en presencia del cambio más radical y esperanzador que estas personas hayan experimentado en los últimos tiempos” (Pérez Díaz et al., 2008:180).

La vejez, en Cataluña y en todas partes, continúa sufriendo problemas antiguos y característicos, sin embargo la situación social, cultural y económica de los nuevos viejos es radicalmente diferente de la que tuvieron sus antecesores cuando llegaron a estas edades. Lo cierto es que poco se sabe sobre la dimensión del cambio que experimentan los sujetos que llegan a



la vejez en la actual sociedad, se suele apelar a los típicos tópicos que ya quedan obsoletos, tratados desde una realidad que se presume inmutable, inalterable, que la propia categoría de vejez condiciona el comportamiento, por tanto, se suele interpretar como un hecho previsible (Pérez Díaz et al., 2008).

Quizás el cambio de posición más espectacular protagonizado por los de más edad en Cataluña sea el cambio en su peso relativo dentro del conjunto de la población, la gente mayor va adquiriendo un peso creciente dentro del conjunto. Este cambio no es sólo un resultado del número creciente de personas mayores, sino que está vinculado a la evolución de los volúmenes respectivos de cada una de las otras edades. Si todas hubieran crecido del mismo modo, no estaríamos hablando de ningún cambio (Pérez Díaz et al., 2008).

"En Cataluña parece haber dos causas realmente importantes: el descenso de la natalidad y el aumento de la supervivencia. En 1995, el número de nacimientos era la mitad del que había veinte años antes (se pasó de los 112.000 nacimientos de 1975 a los 53.809 de 1995), y en los últimos diez años se ha recuperado la mitad de la pérdida (en 2005 se produjeron en Cataluña 79.547 nacimientos)" (Pérez Díaz et al., 2008: 184; IDESCAT, 2006).

El año 1996 representa un punto de inflexión y se produce la novedad histórica en Cataluña, las personas mayores son más numerosas que los menores de quince años. El motivo es que, menos visible que el repunte de la natalidad o la intensa inmigración, la mejora de la supervivencia ha continuado incrementando el volumen del grupo de edad superior a los sesenta y cuatro años. De hecho, "asistimos a un fenómeno que no tiene precedentes: las generaciones maduras y en su primera vejez casi no se ven erosionadas por defunciones, de tal manera que, en su práctica totalidad, se van trasladando cada vez más arriba en la pirámide" (Pérez Díaz et al., 2008:185).

En Cataluña, según la Generalitat, la proyección de la población de personas mayores al 2030 alcanzará un 22% de la población total de la comunidad

autónoma, aproximándose así a los dos millones de adultos mayores. Este es un proceso que todavía no ha culminado y que se acelerará en los años venideros, hasta otorgar un peso máximo a la población más grande de sesenta y cuatro años poco antes de acabar la primera mitad del siglo XXI (Pérez Díaz et al., 2008).

El actual peso de las personas mayores en Cataluña (17%) se sitúa ligeramente por encima de la media de la Unión Europea, siendo las más altas las correspondientes a Italia (19,2%), Alemania (18,6%), Grecia, Suecia, Bélgica, Bulgaria y Portugal están por sobre el 17%. En cambio, donde sí destaca Cataluña es en el bajo porcentaje de población infantil, la media europea es del 16,4%, mientras que en Cataluña se queda en un 14,3% (IDESCAT, 2006; Pérez Díaz et al., 2008).

Las personas mayores en Cataluña experimentan un "sobre-envejecimiento", en la actualidad las personas mayores de setenta y cuatro años tienen ya un peso próximo al 50%. Todavía más, las edades que más han visto incrementado su peso son las más avanzadas, de forma que las personas mayores de ochenta y cuatro años, antes limitados a un peso alrededor del 2 al 3%, pasan hoy del 12% del conjunto de personas grandes (Pérez Díaz et al., 2008).

Un panorama general nos indica que los sistemas sanitarios y de protección social han tendido a consolidarse, hay una mayor preocupación por los asuntos ergonómicos y la adaptación al entorno y cuerpos legales que protegen a los ciudadanos que se encuentran en situación de dependencia. Además, en estas últimas décadas, ha habido un notable avance en el conocimiento y tratamiento de enfermedades que afectan a las personas que alcanzan cierta edad. En Cataluña, los mayores problemas de salud son los relacionados con la Artrosis y reumatismo (59.8%) y problemas de visión (26.5%) (Fundación Viure i Conviure, 2007).

Las mujeres tienen un peso determinante en el total de la población, especialmente en la vejez. En Cataluña nacen más niños que niñas (de cada

---

100 nacidos, 51.2 son hombres), sin embargo, en el total de la población, hay 98.6 hombres por cada 100 mujeres (IDESCAT, 2006; Pérez Díaz et al., 2008). Las mujeres son alrededor de seis de cada diez personas mayores de sesenta y cuatro años, pero entre las que tienen unos ochenta años empiezan a doblar a los hombres y en las edades más adelantadas incluso los cuadruplican. Las mujeres grandes son ya un 10% de la población de Cataluña, y este porcentaje todavía ha de aumentar. Pérez Díaz (2003b) da un paso más allá y, además de hablar de la feminización de la vejez, extiende su análisis hacia una "feminización social" en Cataluña, ya que "los roles de las personas mayores da cuenta de una nueva distribución de funciones productivas y reproductivas que el envejecimiento demográfico hace posible. "En efecto, dentro las líneas de filiación, la generalización de la presencia de abuelos y bisabuelos permite que una buena parte de las funciones "femeninas" tradicionales sea asumida por la gente grande, de tal manera que las mujeres jóvenes quedan en muy buena parte "liberadas" para asumir funciones principalmente productivas, cada vez más similares a las de los hombres de la misma edad" (Pérez Díaz et al., 2008:186).

En cuanto al nivel de instrucción, las personas mayores en la actualidad en Cataluña tiene un bajo grado de instrucción en relación con los adultos y los jóvenes, fundamentalmente porque en sus años de juventud la escolarización era exigua y también, mucho más que ahora, una marca de clase social. "Así, la población entre los cincuenta y sesenta y cuatro años dejó los estudios con una media de 17.5 años y en los mayores de sesenta y cuatro años con una media de 15.3 años. Porcentaje que disminuye al considerar la posibilidad de haber cursado estudios superiores a la primaria, más aún al considerarse a las mujeres. Así, el 27% de los hombres mayores de cincuenta años tienen una educación secundaria o superior, mientras que en el caso de las mujeres alcanzan a un 13%. Entre los mayores de ochenta años, uno de cada cinco tiene educación secundaria superior, mientras que prácticamente no hay mujeres con este grado de instrucción entre las mayores de ochenta años" (Pérez Díaz et al., 2008:186).

Los hombres, desde el nacimiento, viven el 87.31% de su vida sin incapacidades y un 82.90% en el caso de las mujeres. En el caso de los mayores de ochenta y cinco años, viven un 29.78% de sus años posteriores sin incapacidades. Vivir más años tiene consecuencias en la misma salud y capacidad de las personas por mantener actividades básicas en edades realmente adelantadas. "Así, el objetivo, además de la mejora sanitaria, es evitar o atenuar la dependencia. Por ello, un nuevo pilar de la política de Bienestar, educación, salud y pensiones, es la promoción de la autonomía personal y la atención a las personas en situación de dependencia" (Pérez Díaz et al., 2008:187).

Las mujeres de más de ochenta años tienen alguna discapacidad en un 21%, mientras que los hombres de la misma edad tienen en un 14%; sin embargo, hace falta tener en cuenta que debido a la mayor supervivencia de las mujeres respecto de los hombres, las mujeres más grandes de ochenta años tienen una estructura por edad más envejecida que los hombres más grandes de ochenta años.

En el estudio "Calidad de vida de las personas grandes en Cataluña", realizado por la Fundación Viure i Conviure, de la Caixa de Cataluña, da cuenta que es poca la población que considera muy mala su calidad de vida (7%), y que resulta mayoritaria la que se declara satisfecha (el 45% afirma tener una "muy buena" calidad de vida). Además, coincide también en el hecho que los hombres tienen en general mejor calidad de vida que las mujeres en todas las áreas: física, psicológica, relaciones sociales y en el entorno.

En cuanto a la calidad de vida por poblaciones, "se desprende un porcentaje más alto en Barcelona ciudad y en las Comarcas centrales dónde consideran que calidad de vida es muy buena; mientras que el Camp de Tarragona y las Tierras del Ebro son las zonas dónde las personas puntúan más baja su calidad de vida" (Pérez Díaz et al., 2008:187).

Distintos informes indican que en las edades más adelantadas se experimenta una tendencia hacia la aceptación de las condiciones de vida, puesto que los

que tienen más de sesenta y cinco años, en los dos sexos, consideran en mayor medida que no hay nada por mejorar en su vida. Sin embargo, existen ciertos aspectos que provocan más insatisfacción cuanto más adelantada es la edad, así por ejemplo, entre los hombres de 65 a 74 años el 40% consideran no tener una buena calidad de vida; mientras que para los hombres mayores de 80 años el porcentaje supera el 70%. En las mujeres, entre los 65 a 74 años el porcentaje de insatisfacción es de 50% y en las mayores de 80 años, es del 60%. Estas percepciones están más relacionadas con la dimensión de salud y discapacidad, más que con el nivel de renta. Otras dimensiones que requiere de ciertas mejoras para las personas mayores en Cataluña tienen que ver con la economía y la vivienda. Respecto a la economía, el género es mucho más importante que la edad, puesto que señalan que desearían una mejora económica un 33% de los hombres de entre cincuenta y setenta y nueve años y entre un 20 y un 25% de las mujeres mayores de cincuenta años, independientemente del grupo de edad considerado. Respecto a la vivienda, querrían una mejora alrededor del 24% entre los sesenta y cinco y setenta y nueve años (Pérez Díaz et al., 2008; Fundació Jaume Bofill, 2008, IDESCAT, 2007)).

Los hogares unipersonales son uno de cada tres hogares, dónde reside cuando menos una persona mayor de sesenta y cuatro años. "A escala individual esto implica un 15% del total de estas personas, aun cuando hay una mayor diferencia según el sexo, un 7% de hombres de esta edad residen solos, ante un 21% de las mujeres, una de cada cinco" (Pérez Díaz et al., 2008:186).

Los hogares de dos personas son casi la mitad de los hogares en Cataluña con, cuando menos, un componente con más de sesenta y cuatro años, y en un 81% de estos hogares se trata de personas que constituyen un núcleo conyugal. "A escala individual, en los hogares de dos personas viven un 53% de hombres y un 43% de las mujeres de más de sesenta y cuatro años; en estos casos se trata de un núcleo conyugal, en un 91% del casos para los hombres y en un 73% del casos para las mujeres" (Pérez Díaz et al., 2008:186).

La composición de los hogares es un factor relevante no solamente por motivos afectivos o por las diferentes formas de convivencia que pueden generar, sino también porque afectan las condiciones materiales y económicas de vida. "Más allá de los recursos individuales, los recursos conjuntos del hogar son el contexto real de la vida cotidiana. En un 7% de los hogares dónde vive a lo menos una persona mayor de sesenta y cuatro años afirman que el mes pasa con penurias y en un 2% que lo hace con mucha facilidad, los hogares que lo hacen con alguna dificultad representan un 31%, un 26% las que lo hacen con facilidad y un 30% las que no aprecian ni facilidades ni dificultades" (Pérez Díaz et al., 2008:189).

"El régimen de tenencia de la vivienda entre los mayores en Cataluña está compuesta mayoritariamente por hogares donde la vivienda es de propiedad y completamente pagado (67%), la vivienda de alquiler (18%); las otras situaciones afectan de manera muy reducida estos hogares; así si la vivienda es una herencia en un 8%, es cedida en un 5% y de propiedad, pero con hipoteca pendiente, en un 2%" (Pérez Díaz et al., 2008:186). Cabe hacer notar que hay personas mayores que alquilan con renta antigua, es decir, régimen de alquiler indefinido con muy bajas actualizaciones, y que se enfrentan a otro tipo de problema, el denominado "moobing" inmobiliario que, con mayor o menor intensidad pretende liberar la vivienda de este inquilino poco rentable.

## **EL PERFIL DE LAS PERSONAS MAYORES EN BARCELONA**

La población en Barcelona es de 1.603.178 personas (Departament d'estadística/ Idescat, 2008), 52.6% de mujeres y 47.4% de hombres, siendo en los distritos del Eixample y San Martí dónde más población existe. La población de mayores de 65 años es de un 21%, es decir, 332.794, casi cuatro puntos sobre el porcentaje de Cataluña. En Barcelona, de ese 21%, 128.000 son hombres (38.9%) y 200.894 son mujeres (61.1%) (Departament d'estadística/Idescat, 2008).

---

“Las personas mayores conforman uno de los colectivos más numerosos, dinámicos, heterogéneos y presentes en las relaciones vecinales y comunitarias de la ciudad de Barcelona. La gente grande de Barcelona se configura hoy como uno de los componentes relevantes de la extraordinaria riqueza humana y social de nuestra ciudad. Son, de forma mayoritaria, personas activas, autónomas y con un gran potencial de implicación en las dinámicas ciudadanas. Como colectivo, están jugando una diversidad de papeles básicos en las relaciones de cura, apoyo, afecto y educación intergeneracional” (Ayuntamiento de Barcelona, declaración del Programa Municipal para las Personas Mayores 2006-2010, en adelante PMPM).

Los perfiles sociales y demográficos de las personas mayores en Barcelona marcan hoy algunos puntos de inflexión que hace falta tener muy presentes al momento de acertar en las respuestas institucionales. En la ciudad Condal, la población mayor ha crecido a un ritmo intenso y sostenido a lo largo de las dos últimas décadas. Actualmente el ritmo de crecimiento ha sufrido una cierta desaceleración, y a lo largo de los próximos 10 años la franja será entre las 332.000 y las 355.000 personas de 65 y más años. La llegada de población joven a la ciudad, en el marco sobre todo de los nuevos flujos migratorios, es el otro elemento que termina por explicar el previsible descenso del índice de envejecimiento de Barcelona en el futuro inmediato (Depto. de Estadísticas del Ayuntamiento, 2007; PMPM, 2006).

En Barcelona ciudad, la esperanza de vida ha aumentado en 3 años en la última década, actualmente es de 76.2 años en los hombres y 83 años para las mujeres, lo que implica un aumento de más personas de mayor edad y de más personas que viven solas, lo que podría impactar negativamente en los procesos de vinculación social.

Barcelona no es una ciudad que escape a las tendencias que confirman procesos crecientes de desigualdad, entre las personas mayores se desencadenan riesgos y situaciones de exclusión social, derivadas de una multiplicidad de factores, dónde la dependencia, la soledad, la vulnerabilidad económica por contar con ingresos por debajo del umbral de la pobreza

---

relativa y las desigualdades de género también están presentes. Por ejemplo, en Barcelona 8.083 mujeres de más de 75 años presentan una gran discapacidad; y alrededor de un 10% de las mujeres mayores no tienen ingresos propios reconocidos, lo que conlleva una doble vulnerabilidad: de género y económica (PMPM,2006).

Barcelona ha experimentado en los últimos veinte años importantes cambios en la estructura de su población. El grupo de personas en edad laboral, entre 16 y 64 años, se ha mantenido estable a lo largo de los últimos 25 años; el número de niños ha disminuido de forma considerable, y el grupo de personas de 65 y más años ha experimentado un gran crecimiento. Este proceso de envejecimiento de la población, propio de la evolución demográfica de las ciudades europeas a lo largo de las últimas décadas, se presenta de manera intensa en el caso de Barcelona (PMPM, 2006).

El número de personas de 65 y más años ha pasado de 234.000 en el año 1981 a 285.000 en el año 1991 y a 332.794 en el año 2004, hecho que representa un incremento del 40%, y de casi 100.000 personas en términos absolutos. A lo largo de este periodo la población total de Barcelona ha disminuido un 12%. Ambas tendencias explican el aumento del peso relativo de la gente mayor sobre la población de la ciudad, que ha pasado del 13,4% en el año 1981 al 21,1% en 2004 (Depto. de Estadísticas del Ayuntamiento, 2007; PMPM, 2006).

La previsión actual del Ayuntamiento de Barcelona establece que se llegará a 355.000 personas mayores al año 2015, un 7% más que en la actualidad, un aumento porcentual que se sitúa por debajo del que se ha producido en los últimos 15 años, el que ha estado en torno al 20% (depto. de Estadísticas, 2007). A la vez, el peso relativo de las personas mayores tenderá a estancarse en la franja 21-22% de la población total. Se prevé, en cambio, un incremento, tanto en términos absolutos como relativos, de personas de edad muy avanzada. Es previsible esperar, a lo largo de la década 2020-2029, una nueva etapa de fuerte incremento (PMPM, 2006).



En Barcelona el incremento de personas mayores entre 1981 y 2001 ha ido acompañada de una bajada de la población infantil. En 1991 había en la ciudad 236.828 personas de 0 a 14 años (un 14.4% sobre el total de la población). En el 2001 la población infantil había disminuido hasta 173.112 personas. A consecuencia de estos cambios, la relación entre ambos colectivos se ha alterado substancialmente. En el año 1991 había 120 personas mayores por cada 100 niños; en el año 2001, por cada 100 niños, el número de personas mayores había aumentado hasta 188 (depto. estadísticas, 2007; PMPM, 2006).

Esta tendencia ha empezado a revertirse. En el año 2004 la población de Barcelona en la franja de 0-14 años había aumentado a 184.285 niños; a lo largo de los próximos 10 años es previsible que llegue a 242.098. En la medida que el número de personas mayores se estabiliza, el índice de envejecimiento de la ciudad al 2015 –relación entre personas grandes y niños – habrá bajado hasta 147. En síntesis, es posible observar tres cambios de tendencia a considerar: Con respecto al número de personas mayores, de un incremento intenso a un cierto retardo del ritmo de crecimiento; con respecto al peso relativo de las personas mayores, de una tendencia sostenida de aumento a una nueva pauta de estancamiento con ligera tendencia a aumentar y con respecto al índice de envejecimiento, del crecimiento de los años noventa a una disminución remarcable a lo largo de los próximos 10 años (PMPM, 2006).

El 61% de las personas mayores de Barcelona son mujeres. A medida que aumenta la edad la presencia relativa de las mujeres también se incrementa. Si consideramos el grupo de 85 y más años las mujeres representan el 74% del total de personas. El envejecimiento, pues, presenta un sesgo de género remarcable. Las pautas de futuro, para los próximos 10 años, indican, por un lado, que persistirá el diferencial de género y que este seguirá siendo más intenso cuanto más adelantada la franja de edad de referencia. Aún así, también aquí será visible un cambio de tendencia: la presencia de los hombres dentro del colectivo de personas mayores tenderá a incrementarse en términos relativos. La proporción actual, del 38.7% de hombres ante el 61.3% de mujeres, pasará en el 2010 a una relación de 39.7% delante del 60.3% y

---

llegará en el 2015 al 40.2% de hombres y al 59.8% de mujeres. La presencia relativa de los hombres en la franja de edad más adelantada ganará también 5 puntos los próximos 10 años (IDESCAT, 2006; PMPM, 2006).

Los índices de sobreenvjecimiento, la proporción de personas de 75 y más años en relación con el total de la gente mayor (es decir, todo el mundo que está por encima de los 65). Este índice era del 42.1% en el año 1991, alcanzando al 46.2% en el 2001, y al 49.2% en el año 2004. Es decir, de cada 100 personas mayores, la mitad tiene ya más de 75 años. En términos absolutos, en el año 2004 había en Barcelona 168.932 personas entre 65 y 74 años, por 163.865 personas de más de 75 años. Con respecto a las franjas de edad más adelantadas, en 1981 sólo el 6.6% de las personas mayores estaban por encima de los 85 años (15.513 personas); 25 años después son el 12.2% (40.505 personas), que casi triplican el número absoluto (IDESCAT, 2006; PMPM, 2006).

La esperanza de vida al nacer de los barceloneses y las barcelonesas aumenta de manera sostenida. En 1991 era de 76,7 años; en el año 1996 había pasado a 78,6, y en el año 2004 llegaba a los 79,8 años; es decir, un incremento de 3 años en poco más de una década. Es previsible que esta tendencia se mantenga activa los próximos años. Esto constituye la base del hecho que, a lo largo de los próximos 10 años, más de la mitad de la gente mayor de la ciudad estará ya por encima de los 75 años: entre el 53% y el 54.5% el periodo 2010-2015 (PMPM, 2006).

Los índices más elevados de prevalencia de situaciones de dependencia se desplazan de manera progresiva a la edad de 80 años. Las personas mayores de 65 años con discapacidad administrativamente reconocida muestran una tendencia creciente. En el 2000 había en Barcelona 27.148 personas grandes con certificado de discapacidad, cifra que suponía el 8.2% del total. En el 2004, la cifra había aumentado hasta 43.797 personas, el 13,2% del total. El género, el grado y el tipo de la discapacidad son todas tres variables relevantes. Del total de personas mayores con discapacidad reconocida, el 57.35% son mujeres y el 42.64%, hombres. La gran discapacidad afecta al 27.2% de los hombres y al 32.1% de las mujeres con certificado. Finalmente, el 69.3%

---

de las discapacidades reconocidas son de carácter físico, el 16.8% de tipo sensorial (visual y auditivo), y el 12.9% vinculada a enfermedades mentales (PMPM, 2006).

En el año 2005 el salario mínimo interprofesional (SMI) se situaba en una cuantía de 513 euros mensuales (7.182 euros/año). El indicador de suficiencia de rentas (ISR) se situaba en 509 euros mensuales (7.137 euros/año). Ambas cifras, muy próximas entre ellas, se encuentran también muy cerca del umbral de vulnerabilidad económica de Barcelona –en torno a 500 euros al mes–, es decir, una renta personal equivalente al 60% por debajo de la renta mediana de la ciudad. Del conjunto de las 390.084 personas mayores de 62 años en Barcelona, un 31.69% disponían, en el año 2004, de unos ingresos mensuales inferiores al salario mínimo interprofesional (123.627 personas), y presentaban, por lo tanto, una situación de vulnerabilidad económica relativa (PMPM, 2006).

La distribución territorial de este colectivo reproduce las pautas generales de desigualdad de renta de la ciudad. Por un lado se sitúan mayormente en Ciutat Vella con un 42.27% y Nou Barris con un 40.61%. Mientras en Sants-Montjüic, Horta- Guinardò y San Martí se sitúan alrededor del 35%. En el otro extremo de la distribución, Sarrià – San Gervasi, les Corts y el Eixample tienen un 16.77%, un 23.82% y un 25.21% respectivamente de personas mayores por debajo del SMI. Se puede afirmar así, pues, que los distritos donde se concentran los ingresos salariales más bajos son también aquellos que presentan más situaciones de vulnerabilidad económica en la vejez (PMPM, 2006). Esta correspondencia no es menor, pues de conformarse la tendencia y de impactar de manera semejante con otros colectivos, se podría presentar un problema de exclusión estructural, difícil de paliar desde la órbita municipal.

De otro lado, las pensiones contributivas mínimas del régimen general y las pensiones mínimas de viudez se sitúan todavía hoy por debajo del SMI y el ISR (467 euros/mes, en el 2006), hecho que afecta a unas 100.000 personas mayores en Barcelona. Por otra parte, las pensiones no contributivas y otras modalidades ya muy residuales se sitúan en una franja inferior a los 350 euros/mes (Depto. de Bienestar, 2006; PMPM, 2006).

Por distritos, la presencia de mayores de 65 años es en el Eixample un 22.1%; Nou Barris 22.4%; Horta-Guinardó 22.0%; Les Corts 21.0%; San Martí 19.4%; Ciutat Vella 15.8%; Sants-Montjuic 19.7%; Gràcia 21.3%; San Andreu 19.2%; Sarrià-Sant Gervasi 20.7% (Departament d'estadística/Idescat, 2008).

El 52.2% de la población de Barcelona ha nacido en la ciudad, el 7.5% en otras ciudades de Cataluña, un 21.3% en el resto de España y un 19% son extranjeros. Tendencia que cambia al tratarse de las personas mayores de 65 años, la mayoría nació fuera de Cataluña, 155.626 (47.3%) nacieron en otra comunidad de España; 119.968 (36.5%) nació en la ciudad Condal; 40.819 (12.4%) nació en el resto de Cataluña; y 12.481 (3.8%) nacieron en el extranjero. Por nacionalidad, 323.361 (98.3%) son Españoles y 5.533 (1.7%) son extranjeros (Departament d'estadística/Idescat, 2008).

En Barcelona hay 645.751 hogares, en su mayoría son constituidos por una persona (193.171) por dos personas (192.171) y por tres personas (125.225) (Departament d'estadística/Idescat, 2008).

De la población que vive sola, 191.934 (12%), 70.680 son hombres y 121.254 son mujeres. Entre los mayores de 65 años, 82.732 viven sin acompañantes (43.1%), de este grupo 16.738 son hombres y 65.994 son mujeres (Departament d'estadística/Idescat, 2008).

En el uso del transporte público se puede observar ciertas tendencias de los mayores en Barcelona. Por ejemplo, a febrero del 2007, habían 266.235 documentos activos (La Tarjeta Rosa permite a sus titulares viajar en los transportes públicos de forma gratuita o a precio reducido) correspondiendo la mayor parte a personas de 62 años en adelante, representando un incremento del 5.29%, es decir, 13.399 más que en el año 2003 (252.836) (TMB, 2008)

Este crecimiento de los beneficiarios va en paralelo a los cambios que se están sucediendo en la composición de la población de la ciudad, manteniendo la misma proporción de documentos en activo. Asimismo, se detecta que el

número de personas con más de 62 años se va incrementando paulatinamente y, sobre todo, que hay un aumento progresivo en el número de titulares con más de 80 años, lo que denota el incremento de la esperanza de vida y de la calidad de la vida de estas personas mayores, que se ven con capacidad para seguir yendo en transporte público (TMB, 2008).

Eso se refleja en datos y es que en octubre de 1995 el 51.8% de las personas de 65 años en adelante disponía del documento, mientras que el 28 de febrero de 2007 este porcentaje llega al 61%. Por lo tanto, el número de tarjetas en funcionamiento se ha incrementado en 56.539, mientras que la población total lo ha hecho en 46.777 personas (TMB, 2008).

Con respecto a la distribución por sexos en las personas a partir de 62 años, la Tarjeta Rosa también sigue las tendencias de la población de la ciudad. El número de mujeres titulares del documento se sitúa en torno al 60%, mientras que la de los hombres es de cerca del 40%. Por edades, el grupo entre los 70 y los 94 años son los que más uso hacen de estos descuentos en relación al número de personas que ocupan este segmento de población (TMB, 2008).

Con respecto a los distritos, se comprueba que la distribución de tarjetas por distritos guarda una estrecha relación con la situación de cada distrito con respecto a la renta media de la ciudad: allí donde la renta es más alta, menor es la proporción de usuarios con respecto a la población de referencia y al contrario, donde más baja es la renta, mayor es la proporción. Los distritos con un número más alto de usuarios son l'Eixample y el Sant Martí, mientras que los que menos tienen son Les Corts y Sarrià-Sant Gervasi (TMB, 2008).

## **EL PERFIL DE LA POBREZA EN CATALUÑA**

Tal como se indicaba en el capítulo anterior, la situación de pobreza se podría identificar como "aquellos recursos disponibles (materiales, culturales y sociales) son limitados para algunas personas, quienes no pueden participar de un nivel de vida mínimamente aceptable en el Estado miembro donde

viven" (UE, 2005). En Cataluña la pobreza es medida de acuerdo con el nivel de vida medio en cada momento del tiempo, concretamente, el umbral de pobreza se establece en el 60% de la renta mediana por año (IDESCAT, 2007).

El ciclo vital es un aspecto vertebrador para explicar la pobreza. El Estado Español utiliza diversos umbrales de pobreza, a saber, la pobreza moderada: 60% de la mediana de los ingresos equivalentes (6.347 euros anuales); Pobreza alta: 40% de la mediana de los ingresos equivalentes (4.231 euros anuales); Pobreza severa: 25% de la media de los ingresos equivalentes (3.037 euros anuales). Las tasas de pobreza en España se sitúan en un 19.7% (INE, 2008; Observatorio de Inclusión Social, La CaixaCatalunya, 2008).

Las tasas más altas de pobreza moderada se concentran en los dos extremos del ciclo vital, es decir, entre los menores de 16 años y los mayores de 65 años. Los menores son los más proclives a padecer pobreza alta y severa. Mientras que, por otra parte, las políticas sociales protegen a las personas mayores de la pobreza severa, pero no de la pobreza moderada, un 30% de las personas mayores padecen pobreza moderada. Entre las que viven solas el riesgo es mayor, la mitad de las mujeres mayores de 65 años y un tercio de los hombres que viven solos son pobres (Observatorio de la Inclusión Social, 2008).

El riesgo de pobreza alta se reduce al 7% entre las personas de más de 65 años. Las tasas son más elevadas entre las personas mayores que viven solas (12% de los hombres y 9% de las mujeres) (Observatorio de la Inclusión Social, 2008).

Según este criterio, unos 74 millones de ciudadanos de la UE de los 25, el 16% de la población, se encontrarían en situación de pobreza (UE, 2005). Los sistemas de protección social ejercen un importante papel a la hora de disminuir el riesgo de pobreza. Sin las transferencias sociales, la pobreza de la UE pasaría del 16% al 40% (Fundación "la Caixa", 2007).

El umbral de pobreza en Cataluña se sitúa en los 7.470 euros anuales, mientras que en España está en 6.347 euros anuales (la pobreza relativa se mide de

---

acuerdo con la distribución de la renta de una sociedad determinada) (IDESCAT, 2006). En toda España, 1 de cada 3 mayores de 65 años no obtienen ingresos superiores a los 6.000 euro al año, es decir, 500 euros al mes. El bienestar económico no solo depende de la renta total del hogar, sino también de las necesidades del hogar, las cuales dependen de la composición del mismo.

Actualmente en Cataluña, el 19% de los ciudadanos viven por debajo del umbral de la pobreza, una tasa que supone un ligero aumento con respecto al año 2006, cuando el porcentaje de personas en situación de exclusión era del 17.2%, según los datos del Instituto de Estadística Catalán (IDESCAT, 2007).

Según las cifras del IDESCAT, dos de cada diez catalanes disponen de una renta inferior a los 8.276 euros netos anuales, es decir, perciben unos 689 euros mensuales, monto que fija el límite de la pobreza en Cataluña. Otro dato, interesante de citar, es que los ingresos medios mensuales de los hogares catalanes se sitúan en 2.200 euros, cifra que ha aumentado un 6.7 por ciento respecto al año 2006.

La realidad es que estas cifras que determinan la situación de exclusión son relativas, más aún si no mediase la intervención del sector público que gestiona las prestaciones sociales, que en el caso de Cataluña alcanzan a más de la mitad de los hogares catalanes, principalmente por vejez y supervivencia (67.3%), desempleo (15%) y otros tipos de subsidios y ayudas (26,7%) (IDESCAT, 2007).

La situación de los ciudadanos residentes en Cataluña, a partir de las cifras disponibles por el IDESCAT, indican que el 26.2% de las familias tienen la percepción de llegar a final de mes con dificultad, un 30% con alguna dificultad y tan sólo cuatro de cada diez personas afirman llegar sin ningún problema. Los hogares que más dificultades tienen, según sus características sociodemográficas, son aquellos cuyos componentes son de nacionalidad extranjera (56,2%), están divorciados o separados (46%), los que tienen un nivel de educación primaria o inferior (32,6%).

El sexo y la edad de las personas son aspectos donde la pobreza tiene mayor incidencia, así por ejemplo, el 20.8% de las mujeres viven en situación de riesgo de exclusión y en el caso de los hombres el porcentaje es del 17.2%. La diferencia aumenta cuando se trata de mujeres mayores de 65 años con una probabilidad del 32.4%, mientras que en el caso de los hombres es de un 24%. Sin embargo, el 80% de los sin-techo son hombres. El momento del ciclo vital en que se encuentra el individuo determinará su actividad y por tanto su nivel de renta, así como algunos elementos que inciden en su bienestar, como podría ser formar una familia. Una acotación al margen, la mayoría de los estudios sociodemográficos que caracterizan el perfil de una población se basan en datos longitudinales en series de tiempo, por lo que establecen variables a medir, dependientes e independientes, siendo la edad y el género las principales medidas de diferencia dentro de la muestra, de ahí que cuando presentan los informes oficiales, tienden a expresarlos tal cuál apareció el dato, por eso en la mayoría de éstos sigue apareciendo la edad como factor que influye en la pobreza y no al revés.

La vulnerabilidad económica de determinados hogares está estrechamente asociada con la edad de sus miembros, en Cataluña son los jóvenes (entre 16 y 29 años) y las personas grandes (mayores de 65 años) los que tienen un riesgo de pobreza más alto. "Así, una de cada tres personas mayor edad estaría en situación de pobreza, es decir, con un riesgo del 33.5%, casi el doble del riesgo medio de la población" (Ayllón y Ramos, 2008:57).

Según el tipo de hogar, las personas que viven solas (33.3%), especialmente si tienen más de 65 años (51.7%), una de cada dos personas mayores que viven solas está en riesgo de pobreza, y en segundo lugar las familias monoparentales, que son aquellas formadas por un adulto y uno o más hijos (41.6%).

Otros factores donde la pobreza es más visible son en el estado civil, el nivel de formación y la nacionalidad. "En este sentido, los grupos más desfavorecidos son las personas viudas (28.5%), la población de nacionalidad extranjera (40%) y las personas con un bajo nivel de estudios (29.9%)" (Ayllón y Ramos, 2008:57).



---

El estudio de IDESCAT (2007) señala que la privación más frecuente entre las familias pobres catalanas es no poder pagar una semana de vacaciones fuera de casa (32.9%), seguida de los hogares que no tienen capacidad para hacer frente a los gastos imprevistos -entendidos como aquellos que son superiores a los 500 euros-.

En el mismo orden, el informe sobre la pobreza en España realizado en el año 2006 por Cáritas, indica que en Cataluña existen 1.356.000 personas que viven en el umbral de la pobreza, esto es, que uno de cada cinco catalanes no llega a los ingresos mínimos para subsistir, es decir, están en riesgo de ingresar menos de 540 euros netos al mes. Mujeres, inmigrantes y jubilados, los que más riesgo tienen (Consejo de Trabajo Económico y Social de Cataluña (CTESC), 2007).

En términos de pobreza dinámica, las personas mayores son los que tienen más problemas de pobreza persistente. Prácticamente el 35% de los pobres persistentes en Cataluña, entre el 2003-2004, es una persona de más de 65 años, si bien las personas mayores sólo representan el 18% de la población y el 32% de la población pobre.

Se desprende del estudio longitudinal realizado por Ayllón y Ramos (2008) a partir del Panel de Desigualdad Social en Cataluña (PaD, Fundación Jeume Bofill) tercera y cuarta oleada, que el 40% de las personas mayores en Cataluña ha estado en la pobreza al menos uno de los dos años analizados (2003-2004) tasa muy superior al conjunto de la población catalana, que se sitúa entorno al 23%. Además, más de la mitad de los sujetos pertenecientes a este grupo de edad, que se encuentran en situación de pobreza, lo han estado en los dos años consecutivamente. "Estos resultados nos permiten afirmar que la pobreza es una situación experimentada de forma habitual por un porcentaje muy elevado de personas mayores en Cataluña, la mayoría de los cuales ven como ésta persiste" (Ayllón y Ramos, 2008:58).

A los datos anteriores hay que agregar que los hogares encabezados por una mujer tienen un riesgo de pobreza superior. "El 22.3% de los hogares con una

---

mujer de referencia es pobre, mientras que este riesgo se sitúa en el 16.8% de los hogares con un hombre como jefe de hogar. Por otra parte, el estado civil también permite constatar diferencias importantes en el riesgo de pobreza experimentada por los hogares catalanes. Un hogar encabezado por una persona casada se sitúa entorno al 15.7%, mientras que se eleva al 38.1% cuando se trata de una persona viuda. Por tanto, el riesgo de pobreza es muy superior en los hogares encabezados por mujeres solteras, divorciadas y viudas en comparación de los encabezados por hombres con el mismo estado civil" (Ayllón y Ramos, 2008:59).

Además, según el tipo de hogar, las personas mayores de 65 años o de 60 años en el caso de estar jubilada, tienen el riesgo de pobreza más alto. "Prácticamente, una de cada dos personas mayores que viven sin pareja en Cataluña se encuentra en la pobreza. El riesgo de pobreza para una persona mayor sin pareja es del 45% y para una persona mayor con pareja es del 32.6%. El segundo tipo de hogar con riesgo más alto son los hogares monoparentales (núcleo sin pareja, no jubilada, con hijos), uno de cada tres hogares con esta tipología es pobre en Cataluña durante el período analizado 2003-2004" (Ayllón y Ramos, 2008:57).

Además, según la actividad económica los desempleados tienen un riesgo de pobreza del 50.9% y los inactivos (donde se encuentran las dueñas de casa) un 31.3%. En el caso de los hogares con referencia a una persona inactiva, el riesgo más alto son las que reciben una pensión de viudez. Cuatro de cada diez de estos hogares son pobres. "No obstante, a causa de su peso poblacional, son las personas con una pensión de jubilación las que representan la mayor parte de los pobres inactivos en Cataluña (67%)" (Ayllón y Ramos, 2008:80).

Según el régimen de tenencia de la vivienda, el 35% de los hogares alquilados se encuentran en situación de pobreza. Los propietarios de vivienda sin cargas pendientes es el otro grupo que vive en pobreza, fundamentalmente sus propietarios son personas mayores, el promedio es de 56 años, que viven en viviendas mal adaptadas y que no reciben un mantenimiento adecuado.

“Otro factor considerado es el estado de salud de la persona de referencia del hogar, ya que la enfermedad y la discapacidad tienen consecuencia directa en las posibilidades de incorporación al mercado del trabajo y por tanto sobre el nivel de renta de los hogares” (Ayllón y Ramos, 2008: 84). Asimismo, “la educación es otro factor determinante, los hogares donde la persona de referencia posee estudios universitarios el riesgo de pobreza es del 3.8% y del 43% en los hogares donde el cabeza de hogar no tiene estudios” (idem, 2008:90).

Estos datos dejan en evidencia que la pobreza tiene impacto directo en la vejez y la inactividad. “Las personas jubiladas y viudas muestran tasas de pobreza persistente que duplican las del conjunto de los catalanes. También, sobretodo en las personas mayores, la mala salud está vinculada a una persistencia en la pobreza, así también mujeres solteras, los arrendatarios, inmigrantes, jubilados –más aún si viven en pareja y con mala salud- y las dueñas de casa” (Ayllón y Ramos, 2008:91).

## **CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA DE LAS PERSONAS MAYORES**

En un estudio realizado en España, por Deutsche Bank (2008) sobre los estilos de vida y necesidades en la jubilación sobre una muestra de 872 personas mayores de 65 años, arrojan resultados que indican que los mayores porcentajes sobre lo que hacen los jubilados están en su dedicación a la familia, dar paseos, estar con amigos y viajar, todos éstos por sobre el 80%; mientras que los porcentajes más bajos de actividades está en el uso de Internet (13.5%). Asimismo el gasto medio anual está en los viajes, aficiones, salud y cuidado personal, otras actividades de ocio, deportes y aprender nuevas cosas. Ante la pregunta sobre cómo ha cambiado su situación económica respecto a antes de jubilarse, el 48.8% considera que ha empeorado, el 42.3% afirma que es similar y el 7.6% sentencia que ha mejorado.

---

En un 73% sus ingresos provienen de la jubilación, sólo el 23.2% cuenta con ingresos adicionales a su pensión, los que en su mayoría no sobrepasan los 500 euros. 6 de cada 10 jubilados consideran que sus ingresos son insuficientes para vivir como les gustaría (Deutsche Bank, 2008).

Otros resultados, por ejemplo de los que se desprenden del estudio sobre la "calidad de vida tras la jubilación", realizado en España por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU, marzo, 2008), entre una muestra de 830 encuestados mayores de 65 y 70 años, un 79% de los encuestados viven en una casa propia y en las que se sienten a gusto; un 43% viven con otra persona; un 41% viven con varias personas y un 16% viven solos. Este informe declara que la soledad es uno de los problemas más extendidos, donde uno de cada tres se ve poco apoyado, con carencias afectivas y materiales. Para la mayoría, el apoyo más importante es la de su pareja (8 de cada 10) y de sus hijos (7 de cada 10). También les interesa sentirse útiles, pero un quinto de los entrevistados lamentan que sea poco frecuente que alguien les pida ayuda u opinión; mientras que el 27% reclaman que otras personas intentan tomar decisiones que preferían asumir ellos.

Ante la pregunta sobre los servicios de su lugar de residencia, los mayores reclamos apuntan a que las instituciones debieran proporcionar mayores posibilidades de trabajo remunerado, ayudas para alojamiento, cocina a domicilio, ayudas administrativas, ayudas económicas, limpieza a domicilio, ayuda domiciliaria para cuidado personal. Mientras, que las mejores satisfacciones están en los servicios sanitarios que reciben y el uso del transporte público. Ante la pregunta de cómo considera su situación económica, el 59% califica su situación suficiente para vivir, el 24% afirma que es cómoda, un 15% la considera difícil o problemática y el 2% mantiene que es muy holgada. En relación, al estado de salud, el 48% la considera buena, un 14% regular y un 3% afirma que es mala. Sin embargo, más del 70% consume medicamentos a diario. De todos los encuestados, el 90% considera que su estado de ánimo es bueno, animado y con esperanza (OCU, 2008)

En la dimensión sobre la calidad de vida los porcentajes negativos están relacionados con el rendimiento sexual (22%), situación económica (17%), humor (16%). Mientras que califican normal los aspectos relacionadas con sus actividades domésticas (38%), actividades de ocio (28%), apariencia corporal (27%) y las relaciones sociales (25%). Sobre las actividades de capacitación destaca que la mayoría de los cursos que realizan los encuestados son de informática (42%), de lenguas (24%), artístico (15%), baile (9%). Entre las actividades diarias que realizan, el 86% dedica entre una y cuatro horas a ver televisión; el 80% le dedica la misma cantidad de horas a actividades de ocio y el 25% dedica menos de una hora a trabajo o estudios. En el uso del tiempo libre, destaca que las actividades que realizan fuera de casa están ir al bar, pasear y celebraciones religiosas. Mientras que las que menos realizan está asistir a espectáculos musicales, acontecimientos deportivos, teatro y reuniones para mayores. Las principales razones aducidas para no salir son la falta de tiempo o de dinero, las dificultades de desplazamiento y no tener quien les acompañe (OCU, 2008:32).

Del estudio "Condiciones de vida y hábitos de las Personas Mayores de la provincia de Barcelona" (2004) realizado por el Institut D'Estudis Regionals i Metropolitans (en adelante IERM) sobre una muestra de 6.250 personas mayores de 65 años, presentan datos interesantes sobre las características de las personas de edad avanzada en la Provincia de Barcelona, siendo una evidencia significativa el aumento de la proporción de la población de más de 75 años, dando cuenta del fenómeno de sobreenvjecimiento, siendo fundamentalmente mujeres.

Las personas mayores disponen, en términos generales, de un nivel de estudios básicos, el 36% tienen la educación primaria incompleta, y uno de cada diez es analfabeto, porcentaje que aumenta al tratarse de mujeres que triplica al masculino (13.2% por 4.55). En relación con el estatus social, dos terceras partes de las personas mayores de la provincia de Barcelona pertenecen a la categoría socio-profesional baja. Entre las personas mayores se aprecia un predominio de los hogares formados sólo por una pareja y la elevada proporción de hogares unipersonales, especialmente entre las mujeres, las que

luego de enviudar permanecen viviendo solas. Las tres cuartas partes de la población mayor de 65 años están jubilados, especialmente casi el total de hombres reciben sus ingresos por la vía del cobro de esta pensión, mientras que sólo dos terceras partes de las mujeres mayores, ya que en su mayoría se dedican a las tareas del hogar, es más, el 50% de las mujeres de este tramo de edad no ha trabajado nunca de manera remunerada. De otro lado, cabe destacar que uno de cada diez integrantes de la población de personas mayores no tiene ingresos propios y que un porcentaje similar de mayores disponen de otros ingresos (otras pensiones, ayudas, rentas, trabajos, etc.) (IERM, 2004).

Los ingresos de las personas mayores predominantemente se encuentran entre los 240 y 600 euros mensuales, ingresos que disminuyen entre el grupo de 75 años y más, especialmente entre las mujeres. El nivel de ingresos individuales por territorio, destaca que las personas mayores de la ciudad de Barcelona disponen de una situación económica de mayor bienestar que la de otras zonas de la provincia (IERM, 2004).

La vivienda no forma parte de un factor decisivo en los presupuestos de las personas mayores, ya que en su mayoría el lugar donde residen se encuentra pagado. En cambio la alimentación y bebidas es a lo que más dinero dedica, luego viene el gasto en luz, agua, escala y gas. Las personas mayores presentan unos hábitos de compra más tradicional que las personas menores de 65 años ya que, fundamentalmente compran en el ámbito del barrio y lo hacen con relativa frecuencia, van más a los mercados provinciales, boticas especializadas y cuando requieren productos envasados van al supermercado. Las tarjetas de crédito y los envíos a casa no están aún incorporados en su dinámica cotidiana. Los hogares de las personas mayores cuentan con un equipamiento doméstico compuesto principalmente por televisión, cocina, frigorífico, lavadora y teléfono fijo, los cuales constituyen las dotaciones básicas de la vida cotidiana presente en el 94.8%, mientras que en una tercera parte de estos hogares están equipados con microondas, aspirados y cadenas de audio. Asimismo, con menos frecuencia se han introducido los lavaplatos (18.5%), la televisión de pago (10.5%), aire

---

condicionado (7.2%). Según los datos que proporciona este estudio, el 26.3% de los hogares de las personas mayores poseen teléfono móvil, un 13.3% tiene ordenador, un 3.3% cuenta con conexión a Internet y un 8.4% de los hogares dispone de cámara de video. La mayoría de la gente mayor vive en viviendas de entre 50 a 71 mt<sup>2</sup> (IERM, 2004).

De las personas mayores que viven en la ciudad en Barcelona, un 60.1% se declara satisfecho de vivir en su residencia y en el barrio, un 44.1% declara en Barcelona ciudad se vive mejor que en otros municipios de la provincia (IERM, 2004).

Otros datos interesantes de ser expuestos son que la mitad de las personas mayores de la provincia es población inmigrada del resto de España, principalmente de Andalucía. algunos resultados, por ejemplo, destaca que el sentimiento de identidad se expresa mayormente al sentirse tanto catalán como español (29%), únicamente catalán (28%), más catalán que español (19%) y únicamente español (12%). Asimismo, el 37% hablan pero no escriben el catalán, el 27% lo entienden pero no lo hablan, el 25% lo hablan y lo escriben y el 10% no lo entienden (IERM, 2004).

La reducción de ingresos y rentas, y la reasignación de tiempo y actividades al finalizar la vida laboral generan nuevos hábitos y una forma distinta al momento de adquirir productos. Las personas mayores tienen más tiempo para dedicar a la compra y esto hace que sea diferente, más meditada, "sin prisas" y casi como un acto de vinculación, que relaciona a la gente grande con terceros e, incluso, se puede emplear como paliativo de la soledad (Agencia de Consumo de la Generalitat, 2007, en adelante ACG).

La disposición de más tiempo por ocupar hace renacer necesidades de compra de productos asociados a estas actividades (de tipo cultural, aficiones, visitas, viajes). Al tener más tiempo, se consumen más productos de tiempos y/o de fuera temporada. Se ponen a disposición de la gente grande productos que reciben el apoyo de la Administración, ya sean viajes y estancias.

---

La planificación del consumo de una persona mayor se mueve por dos sentimientos: La percepción que queda un tiempo limitado, y la situación de percepción de distancia a la situación de dependencia. Además, están al margen del mundo financiero, desaparece el acceso al crédito, aparecen formas de financiar el consumo en base a la prestación de rentas con un apoyo hipotecario especial (hipoteca inversa) (ACG, 2007).

Si la renta es inferior al consumo deseado, hace falta equilibrarlo, si el equilibrio no se produce hace falta renunciar a consumos deseados, se reduce la calidad de la compra: se compra a precios más reducidos (compra de oportunidades, marcas blancas); se reduce el consumo de bienes, se sacrifican las aspiraciones personales por mantener el equilibrio financiero (ACG, 2007).

Tal como se ha afirmado anteriormente, otros estudios, dan cuenta de ciertas aproximaciones que coinciden con los hábitos de consumo de las personas mayores en Cataluña. Las personas mayores que se declaran autónomas, el 61% viven en pareja; un 22.7% viven solas y el 17% viven con sus hijos. Mientras que un 14% declara que necesitan algún tipo de ayuda para realizar actividades, mientras más edad el porcentaje de personas mayores que requieren de colaboración aumenta.

El 75.7% tienen nietos y el 24.3% no tiene. Entre quienes se declaran autónomos son los que más cuidan a los nietos (34.4%). En general, ante la pregunta si están a gusto de cuidar y encargarse de sus nietos, la mayoría está medianamente satisfecha, y los abuelos de Barcelona y Lleida son los más satisfechos. En promedio, los abuelos le dedican 21 horas a la semana en cuidar a los nietos (ACG, 2007).

El 83% de los entrevistados no necesitan ayuda para la administración de sus dineros ni en su economía. Mientras que un 13% de las mujeres reconocen que le ayudan para la administración de su dinero. El 52.5% considera, que en la actualidad, su situación económica es suficiente para cubrir sus necesidades (un 61.4% son hombres y un 45.7% son mujeres), mientras que el 46.3% cree que



---

es insuficiente (36.7% son hombres y 53.7% son mujeres). Los que necesitan ayuda y vigilancia consideran su situación económica insuficiente.

Una tercera parte de los entrevistados perciben ingresos entre 450 y 750 euros mensuales, las mujeres de esta franja representan el 62.8%; sólo el 2.3% cobran más de 1200 euros. A más edad disminuye la cantidad económica percibida.

El 65% de los mayores reciben una pensión de jubilación (80% hombres y 54% mujeres); el 23% recibe una pensión de vejez (4% de hombres y 37% de mujeres); el 6.3% reciben pensión de incapacidad permanente (84% requieren ayuda cotidiana); el 6.5% requieren pensión de invalidez y el 9% reciben ayudas familiares (5% hombres y 12% mujeres) (AGC, 2007).

El 48.3% no cree que la ciudad esté adaptada para las dificultades de movimiento, mientras a más edad es más negativa su percepción. Los que se declaran autónomos viajan rutinariamente en transporte público, preferentemente en autobús, 39.5%, coche 34%, tren 19.2% y metro 18%.

De los que no pueden hacer las cosas por sí solos, en su mayoría salen acompañados en coche 47.4%; no suelen salir un 21% y los que salen a caminar acompañados un 15.8%. El 81% de las personas que utilizan el autobús no necesitan acompañantes. El 49.8% opinan que existen las condiciones necesarias que facilitan el uso del transporte y el 35.7% tienen una opinión negativa (ACG, 2007).

Relacionado con los hábitos de compra. El 66.5% considera que la ciudad está preparada para poder hacer la compra cómodamente. A mayor necesidad de ayuda para realizar actividades cotidianas, mayor es el porcentaje de personas que creen que su población no está preparada para realizar compras de manera cómoda.

Lo mayores gastos que realizan las personas mayores en Cataluña está en alimentos y bebidas (65.6%); suministros (63%); medicamentos (28%); vivienda (27%); ropa y calzado (15.8%). Los menores gastos son en ocio y espectáculos

---

(6.6%), tabaco (2.6%); café y restaurante (5.2%) y bebidas alcohólicas (1.3%) (ACG, 2007).

El 71% de las personas mayores salen solas a comprar (78% hombres y 65% mujeres). El 36.8% de las personas mayores que necesitan ayuda no salen a comprar. El 70% no sale de su barrio para hacer compras, el 49.6% lo hacen en supermercados, el 29.6% van al mercado; el 14.7% en boticas del barrio. Los hombres van más al supermercado y las mujeres van más al mercado, a las boticas y almacenes del barrio (ACG, 2007)

El 80% declara que no necesitan ayuda para que le porten la compra a casa, aunque el 31% declara que necesitarían ayuda por el peso que implica la compra. El 61.2% calculan de euros a pesetas; el 35.2% leen las instrucciones de los productos que adquieren; el 20.6% necesitan ayuda para leer precios y etiquetado; el 14.7% pagan con tarjetas (la usan más hombres y mujeres) y el 10.1% necesitan que le lleven la compra a casa (ACG, 2007).

El 87% afirma no sentirse engañado o estafado a la hora de comprar algún producto y el 9% se siente engañado, especialmente sus reclamaciones son por alimentos adquiridos. Al comprar, un 27.3% no pregunta sobre las condiciones ni las garantías de los productos; el 49.2% no requiere información sobre el proveedor; un 17.3% no revisa las facturas; un 75.4% no paga con tarjetas de crédito; un 88.7% no pone reclamos y un 7% si lo realiza (ACG, 2007).

En cuanto a las actividades de ocio, el 49.3% prefiere caminar, un 31.7% ver TV; un 24.7% leer; un 12.7% cocer, un 9% hacer ejercicios; un 8.5% escuchar radio; un 7% jardinería; un 5% visitar amigos; un 3.9% ver películas; un 3.8% tareas de casa y un 3.3% viajar. Los hombres leen más, mientras las mujeres ven más TV, a más edad más TV consumen. Un 60% considera que la programación de la TV no es adecuada para personas mayores y un 55% cree que la programación de la radio no es adecuada (ACG, 2007).

---

Cuando las personas mayores viajan, a un 49% le planean y organizan los viajes; un 25% lo realizan ellos mismos; un 13.2% por medio de IMSERSO y un 12% a través de agencias.

Ante los que consideran como los mayores problemas de las personas mayores, un 26% cree que es la soledad; un 22% que es la economía, un 20.8% las pensiones; un 15.5% la salud; un 12.8% la dependencia de otros; un 11.7% las barreras arquitectónicas y un 7.3% la falta de ayuda por parte de la administración.

Otro estudio de la Agencia de Consumo de la Generalitat (1999) daba a conocer que el 75% de las personas mayores en Cataluña no creen que la sociedad esté preocupada por los problemas de las personas mayores; un 68% que la ciudad no está preparada; un 54% cree que no están informados sobre asuntos que le son de su interés; un 86% creen que son un aporte a la sociedad a través de su conocimiento y experiencia; un 78% creen que las empresas no tienen en cuenta las necesidades específicas de las personas mayores y un 52% creen que sus hijos los sobrecargan con tareas de sus nietos.

Sólo algunas consideraciones a nivel general sobre el estilo de vida del conjunto de personas mayores españolas. En España las diferencias de género son mucho más marcadas en relación a la utilización del tiempo, por ejemplo, las mujeres dedican al trabajo doméstico casi cinco horas diarias, los hombres dos, y el tiempo liberado se traduce en mayor dedicación de los hombres a todas las actividades, incluida la del descanso y los cuidados personales (IMSERSO, 2007).

Los mayores suelen pasar más tiempo en sus propias casas, los mayores suelen pasar menos tiempo en cualquier lugar ajeno al ámbito doméstico, salvo en las viviendas de vacaciones o fines de semana. Las mujeres pasan más tiempo en sus casas (una hora más) y menos en cualquier otro lugar, sobre todo en los no especificados y en los trayectos que se realizan en vehículos privados, pero pasan unos minutos más en otros hogares. El tiempo destinado a los cuidados personales se reparte fundamentalmente entre horas de descanso y comida, y

---

la satisfacción de otras necesidades, como las relacionadas con el mantenimiento de la higiene (IMSERSO, 2007).

El 99.1% de los Mayores tiene una televisión en su hogar, el 84,9% dice verla todos los días (por encima del 79% de la población de todas las edades) y el número de horas de audiencia es también superior: el 50% la ve entre una y tres horas diarias y, para una cuarta parte, la dedicación es superior a las 4 horas y casi una hora más al ocio pasivo, es decir, a descansar sin hacer nada en particular. Sin embargo, en esta pauta los mayores no son muy distintos de las personas más jóvenes que también la mitad del tiempo libre se invierte en audiencia de televisión; los más jóvenes ven la televisión durante menos tiempo que los mayores (unas dos horas), pero el tiempo que le dedican es casi la mitad de todo el tiempo libre del que disponen. En el resto de las actividades las diferencias son más sutiles: los mayores leen más y oyen más la radio, sobre todo los varones, y participan más en actividades religiosas, en este caso sobre todo las mujeres. Por el contrario, los mayores pasan menos tiempo delante del ordenador, aunque esta actividad va adquiriendo cierta presencia en sus vidas cotidianas, sobre todo en las de los varones (IMSERSO, 2007).

Uno de los ámbitos en los que se manifiestan con mayor claridad las diferencias de género es en la práctica de ejercicio físico. Es, además, un área de especial interés porque comparte su naturaleza de entretenimiento con los fines terapéuticos y como tal es una recomendación recurrente a los mayores como parte integral de un estilo de vida saludable. Por término medio los hombres mayores dedican cuarenta minutos diarios a estas actividades, las mujeres aproximadamente la mitad y las personas más jóvenes 26 minutos. En la comparación por países, definitivamente los mayores españoles realizan más ejercicio físico que los del resto de los países, 48 minutos dedican las mujeres y casi una hora más (99 minutos), los hombres mayores (IMSERSO, 2007).

Los gustos con respecto a los programas de televisión, especialmente relevantes en el caso de los mayores que tantas horas pasan delante de la

pantalla del televisor. Los programas que más gustan a los mayores son los de noticias e información general; en segundo lugar las películas y después las telenovelas, los concursos y programas de variedades y los documentales y programas educativos (IMSERSO, 2007).

Por último, la música que más atrae la atención de los mayores es la música española y el flamenco (45,9%), seguida de la música clásica (23,4%); también hay una proporción muy importante de personas que no son amantes de esta expresión cultural (16,5%) (IMSERSO, 2007).

## **LAS PERSONAS MAYORES Y EL USO DE LAS TICS**

En España, del 45.7% de la población que accede a Internet, el 6.7% es mayor de 65 años (AIMC, 2008). Entre los mayores de 65 años, el 7.5% ha utilizado en ordenador en los últimos tres meses; el 6.4% ha accedido a Internet y el 51.7% usa el teléfono móvil (54.7% hombres y 49.2% mujeres) (INEbase, 2007). En Cataluña, el 60.3% de mayores de 65 años usa el Teléfono móvil, 19% usan ordenador, el 14.4% acceden a Internet y el 3.6% ha realizado alguna vez una compra por Internet (FOBSIC, 2007)

Una mirada hacia la Unión Europea y Estados Unidos, pone de relieve que Internet está más presente en la vida cotidiana de los mayores de aquellos países. En 2004, el 22% de los mayores estadounidenses tenía acceso a Internet y su tasa de crecimiento en los últimos 4 años ha sido de un 47%. En el ámbito europeo, el 12% de los mayores dispone de acceso a Internet, teniendo España la segunda peor cifra de los 15, sólo por encima de Portugal (Orange, 2008).

El estudio realizado por Marta Fernández (2007) "El uso de tecnologías de información y comunicación por parte de las personas mayores", a partir de los datos de la Encuesta sobre Equipamientos y Uso de la Información y Comunicación en los hogares (INE,2006) nos ofrece una radiografía sobre la utilización de productos TICs por las personas mayores entre 65 a 74 años.

---

Entre las observaciones posibles de constatar se encuentra que cada vez son más las personas mayores que utilizan productos tecnológicos de información y comunicación. Así, durante el período 2003-2006, el número de usuarios de Tecnologías de Información y Comunicación, comprendidos entre 65 y 74 años, se ha incrementado a una media de 26.000 usuarios más cada año de ordenador, más de 23.000 usuarios nuevos acceden cada año a Internet y en torno a 5.700 personas mayores más cada año compran a través de Internet (Fernández, 2007).

Entre los productos TICs, el más utilizado por las personas mayores (65-74 años) es el teléfono móvil, 45 de cada 100 personas mayores lo utilizan (el total del uso del móvil entre los 16 y 74 años es del 83%). El ordenador aparece en segundo lugar, 12 de cada 100 personas mayores han utilizado alguna vez el ordenador (entre los 16 y 74 años es de un 60.6%); un 6% han utilizado Internet alguna vez (52.7% del total), el 3.5% dispone de cuenta de correo electrónico (37.1% del total) y tan sólo 1.2% de las personas mayores (45.227) han comprado por Internet alguna vez (17.5% del total entre los 16 y 74 años) (Fernández, 2007).

Los mayores utilizan el ordenador en menor medida que el resto de la población. Uno de cada diez mayores tiene en su vivienda un ordenador personal, frente al 30% del total de la población española. Sin embargo, este indicador no implica que los mayores conozcan su funcionamiento y, mucho menos, que lo utilicen de manera habitual: sólo el 3% de aquellos que tienen PC, dice usarlo personalmente (Orange, 2007).

La distribución según sexo muestra que las mujeres mayores utilizan en menor proporción los productos TICs (teléfono móvil, ordenador, Internet, y comercio electrónico) que los hombres mayores, aun cuando el 55% de la población mayor (65-74 años) es población femenina (Fernández, 2007).

La distribución por sexo de usos TICs según productos, indica que por cada mujer mayor usuaria de ordenador o Internet hay más de dos hombres mayores usuarios. En el caso de la compra a través de Internet esta relación se

---

duplica llegando a ser de una mujer por cada cinco hombres. Solamente en el uso de teléfono móvil existe prácticamente la misma proporción de mujeres que de hombres usuarios/as mayores (Fernández, 2007).

La distribución según grupo de edad y tipo de producto muestra una menor proporción de usuarios mayores (65-74 años) de productos TICs respecto a los comprendidos entre 16 y 64 años. Esta diferencia es menor para los productos más utilizados por la población, como son el teléfono móvil y el uso de ordenador. En el primer caso se duplica el porcentaje de usuarios de móvil de 16 a 64 años respecto al comprendido entre 65 y 74 años; es 5.6 veces superior en el caso de uso del ordenador y 8 veces superior el porcentaje de usuarios de 16 a 64 años cuando el plazo de utilización del ordenador se acota a los tres últimos meses (Fernández, 2007).

En el caso de uso de Internet, independientemente del momento de referencia (alguna vez o en los tres últimos meses) la proporción de usuarios de 16 a 64 años es 10 veces superior a la de usuarios mayores. Las mayores diferencias, por grupo de edad, se observan para el uso menos frecuentado: comercio electrónico para el que la proporción de usuarios de 16 a 64 años es 17 veces superior a la de usuarios de 65 a 74 años (Fernández, 2007).

Otro aspecto a destacar es la distribución de usos TICs por grupo de edad, en que la proporción de personas mayores que han utilizado Internet (5%) prácticamente coincide con la de mayores que han realizado un curso de ordenador (5.8%); mientras que para la población de 16 a 64 años la proporción usuarios de Internet es muy superior (58.8%) a aquellos que han realizado un curso de ordenador (35.4%) (Fernández, 2007).

El 2.3% de la población usuaria de ordenador son personas mayores, comprendidas entre 65 y 74 años: 462.671. La mayoría de personas mayores usuarias de ordenador, lo utiliza habitualmente, ya que un 58.7% ha utilizado el ordenador en el último mes, aunque una tercera parte no lo utiliza desde hace más de un año. En relación al resto de la población, las personas mayores usuarias de ordenador lo utilizan con menos frecuencia, 26.5% menos que el

---

conjunto de la población usuaria, donde el 85.2% declara haber utilizado el ordenador en el último mes (Fernández, 2007).

El 44.3% de las personas mayores usuarias de ordenador han realizado algún curso de ordenador, la forma más habitual de aprendizaje es a través de otras personas (casi 7 de cada 10) o estudiando por su cuenta con libros o manuales (5 de cada 10). Esta estructura de forma de aprendizaje se repite para el conjunto de la población usuaria de ordenador, destacando como aspecto diferencial que una tercera parte de la misma adquiere conocimiento mediante aprendizaje reglado (colegio, universidad), siendo esta vía de aprendizaje residual en el caso de los usuarios mayores, utilizado sólo por el 3% (Fernández, 2007).

Estar periódicamente actualizando su conocimiento a través de cursos no es muy frecuente en las personas mayores, ya que más de la mitad (55.4%) hicieron un curso hace más tres años y el 20.5% hace más de cinco años. Para el conjunto de la población estos porcentajes son del 49.1% y 27.3% respectivamente. Es decir habitualmente la población usuaria de ordenador no realiza cursos de adquisición y actualización de conocimientos informáticos.

Desde donde mayoritariamente utilizan las personas mayores el ordenador es en su vivienda (78.7%) siendo el centro de trabajo (17.9%), centro público (12.1%) y vivienda de otros familiares (11.2%), otros lugares frecuentes de uso del ordenador. La utilización del cibercafé para uso del ordenador es apenas inexistente en el caso de los usuarios mayores, tan sólo acudieron en los tres últimos meses un 1 % de los mismos frente al 11 % de la población total usuaria (Fernández, 2007).

Hace tiempo que las personas mayores utilizan Internet y además lo hacen frecuentemente. Según los datos de la Encuesta, de cada 100 personas mayores 42 son usuarias de Internet desde hace más de cinco años, 22 desde hace más tres años y menos de cinco y 22 desde hace más de un año y menos de tres. La mayoría, 78 de cada 100 usuarios mayores, ha utilizado Internet en el último mes, aunque un 11 % lo utilizó hace más de un año. Para el



---

conjunto de la población, sólo 4.5 de cada 100 usuarios de Internet lo utilizaron por última vez hace más de un año y prácticamente la totalidad, el 86%, ha utilizado Internet en el último mes (Fernández, 2007).

La demanda de servicios por Internet, en el caso de las personas mayores usuarias, se dirige, en el 70% de los casos, a la búsqueda de información sobre bienes y servicios, seguido de utilización del correo electrónico (66.4%), acceso a medios de comunicación (47%), banca electrónica (43%) y realización de trámites e información sobre la salud (35.4%) (Fernández, 2007). Es decir, en España, los Mayores utilizan Internet principalmente para comunicarse.

Las aplicaciones más utilizadas por las personas mayores, siguiendo los patrones de uso de la población general, son el procesador de textos (63%), seguido de Internet (60%), las bases de datos (46%), la visión y edición de fotos, vídeo, DVD y música (41%), la hoja de cálculo (33%) y los juegos (24%) (Orange, 2007).

Entre los servicios menos utilizados, por los usuarios mayores, se encuentran los dirigidos a educación y formación (3%), venta de bienes y servicios (5%), mensajes SMS (9.1%) y videoconferencia (10.7%). Estos servicios coinciden también con los menos utilizados por el conjunto de población usuaria de Internet (Fernández, 2007). La pregunta de este punto era "Servicios de Internet usados, en los últimos tres meses, según naturaleza del servicio y grupo de edad", entre las alternativas estaba SMS y telefonar y videoconferencia, no queda claro si se refiere a enviar SMS a través del ordenador o telefonar por el computador, en vez de hacerlo a través del Terminal móvil.

Lo que sí puede caracterizar a los mayores por sobre el resto de la población, en términos de los servicios gestionados a través de Internet, es la banca electrónica y actividades financieras, con un 43.1% frente al 31.6% de los otros grupos, con un diferencial de 11 puntos porcentuales (Fernández, 2007).

Otro aspecto destacable de los usuarios mayores es la utilización de Internet con la Administración cuya finalidad se centra mayoritariamente en tres tipos

de servicios: declaración de la renta (utilizado por el 46.4% de los usuarios mayores); servicios relacionado con la salud (23.1%) y acceso a bibliotecas publicas (15%). A mayor distancia se encuentran la solicitud de certificaciones (6.1 %) y documentos personales (2.5%), siendo prácticamente inexistente la demanda, de los usuarios mayores, para el resto de servicios ofrecidos por la Administración a través de Internet (Fernández, 2007).

De las personas mayores que han utilizado Internet en los tres últimos meses, el 70.7% disponen de una dirección de correo electrónico, porcentaje muy similar al del conjunto de la población que llega al 77.6%.

El comercio electrónico es muy poco utilizado por las personas mayores. Apenas un 0.8% de los usuarios de comercio electrónico son mayores (45.277), cifra que representa el 1.2% de la población comprendida entre 65 y 74 años. El 37.4% ha comprado por Internet en el último mes, un 30.7% lo hizo hace más de tres meses y menos de un año y un 20.6% hace más de un año. Estas cifras parecen marginales, pero muestran una inflexión en la tendencia, hoy los mayores podrían gestionar varios servicios que implican hacer desembolsos por Internet.

Del conjunto de usuarios mayores que ha comprado alguna vez a través de Internet el 79% (35.972) lo hicieron en el último año. La estructura de compra a través de Internet de los usuarios mayores muestra una preferencia por contratación de viajes y alojamiento de vacaciones (69.3%), seguido de productos para el hogar (51.5%), entradas de espectáculos (43.8%), compra de material informático (36%), software de ordenador (25%) y compra de servicios financieros (24,4%). Los productos que menos compran por Internet los usuarios mayores, son los relacionados con equipamiento electrónico (3.7%), vídeo y música (7.3%) y ropa y material deportivo (10.3%) (Fernández, 2007).

Comparando la distribución del comercio electrónico de los usuarios mayores con la del conjunto de la población que utiliza la compra a través de Internet, cabe destacar en primer lugar la mayor concentración de servicios que se observa en el perfil de compra de los usuarios mayores. En segundo lugar

---

coinciden en la elección de los servicios más utilizados: viajes y entradas para espectáculos. Cabe destacar, además, que la proporción de personas mayores que compran a través de Internet productos para el hogar es mucho mayor (51.5%) que para el conjunto de la población (14.2%), así como software y material informático con 10 y 18 puntos porcentuales de diferencia respectivamente (Fernández, 2007).

Las personas mayores que no han comprado nunca a través de Internet son más (182.384), entre los motivos para no comprar el 95.4% de los casos se encuentra el hecho de preferir comprar personalmente en tienda. La preocupación por la seguridad y privacidad son también motivos de rechazo del comercio electrónico en el 71.8% y 66.4% de los casos respectivamente y el hecho de no haber tenido necesidad explicaría el 47% de los casos (Fernández, 2007).

Para el conjunto de la población los principales motivos de no utilizar el comercio electrónico son los mismos que para los mayores, si bien el porcentaje de personas mayores es superior en todos los casos excepto cuando el motivo es no haber tenido necesidad de comprar a través de Internet que explicaría el 57.6% de los casos para el conjunto de la población frente al 47% de los mayores (Fernández, 2007).

Con todos estos datos expuestos, una conclusión es que los mayores están interesados en los mismos temas que el resto de la población, especialmente en aquellos que tienen especial relevancia para su particular situación de vida (información sobre pagos de las pensiones, asuntos sanitarios, etc.); por eso, demandan que este tipo de información esté cada vez más accesible a través de Internet. Las transacciones electrónicas benefician a todos, pero en especial a aquellos que tienen restricciones causadas por una salud deficiente u otro tipo de discapacidad física (Orange, 2007).

Cada vez más, los mayores asumen que las nuevas tecnologías puede ser un aliado en áreas como el ocio y el entretenimiento, y que existen otras

---

alternativas más allá de la televisión, *Chat*, juegos *online*, participación en comunidades virtuales empiezan a ser frecuentados por personas mayores.

Ante esto último, cabría indicar que la industria Internacional del Videojuego, apoyada por una serie de estudios que confirman la tendencia (PEW, 2008) han interpretado que cada vez más personas de edad avanzada se interesan por este tipo de dispositivo tecnológico. Para ello han elaborado estrategias de consumo especialmente dedicadas a este segmento "El cambio demográfico coloca a la industria ante nuevos retos" (Bernd Fakesch, de Nintendo). Precisamente Nintendo ha protagonizado esa nueva tendencia a través de "consolas útiles", es decir, aquellas que han transformado la forma de usar y jugar a los videojuegos. Por un lado, la Nintendo DS, que puso en boga los juegos de entrenamiento mental, y por otro la Nintendo Wii, que conjunta el binomio ejercicio físico-entretenimiento. Ambas irrumpieron el pasado año con fuerza en el mercado, lo que se ha convertido en un producto tecnológico de consumo interesante para las personas mayores.

Un comentario al margen. En el sitio Web de relaciones sociales, MySpace, la edad promedio del usuario ha aumentado a 35 y 56 años (media metrix, 2006), fundamentalmente se debe a que los padres se incorporan al sistema para vigilar lo que hacen sus hijos en línea (Humpherys, 2006). No deja ser interesante, para seguir el rastro de sus hijos, los mayores se ven obligados a tener que interiorizarse en ciertas aplicaciones para no perderlos de vista, una motivación un tanto siniestra, pero con un resultado en la práctica tecnológica, por lo menos merecedora de algún tipo de observación.

En cuanto a las razones esgrimidas por los mayores para no utilizar el ordenador, las principales son "la creencia de que son demasiado mayores para aprender a manejarlos" (51.1%) y la falta de interés (31.6%). Esta falta de interés es también la causa que alegan con mayor frecuencia para no tener ordenador. A estos motivos hay que añadir que, en líneas generales, los mayores no consideran necesario el ordenador; sólo un 26% lo encuentra necesario, frente al 52% de la media nacional.

---

Tanto en España como en Europa, la principal razón esgrimida por los mayores de 50 años, es la consideración de que las TICs están siempre relacionadas con las personas jóvenes. Por el contrario, llama la atención la diferente consideración que españoles y europeos conceden a la edad: mientras que para los primeros es uno de los principales obstáculos para la utilización de las TICs, para los segundos, la edad no constituye un factor significativo a la hora de limitar el acceso (SeniorWatch, 2002).

Esta situación puede suponer la desvinculación de los mayores de los grupos más dinámicos de la sociedad, ahondando la distancia existente entre los mayores y el resto de grupos sociales. En este contexto, la identificación de los obstáculos que están impidiendo a las personas mayores acceder a la tecnología es el primer paso para implementar medidas destinadas a eliminarlos o al menos a reducir sus efectos. Entre ellos destacan tanto las actitudes, facilitadoras u obstaculizadoras del acceso a las tecnologías, como la escasa formación y conocimiento de los mayores sobre cómo utilizar estas herramientas.

Las barreras tecnológicas constituyen un obstáculo, pero además lo son las barreras culturales y educativas. No hay duda, el vigor físico de los mayores se ve disminuido; sufre de hecho grandes deterioros, aunque esto ocurra más bien cuando se pasa de las de los sesenta y setenta hacia la ancianidad, que ya se ve precisada de asistencia. "Hemos aceptado la práctica de la jubilación a los sesenta años y hoy puede resultar inoportuno plantear un retraso de la edad de jubilación de otros diez años, por la falta de trabajo existente, pero no hay razones de tipo físico ni mental que justifiquen la exclusión del mundo laboral de un capital humano tan valioso" (Pavón y Ruiz, 2000:11).

Además, de las barreras funcionales y físicas que supone la limitación en el acceso y uso de ciertos productos y servicios, dada la falta de correspondencia entre el diseño y la situación experimentada por los mayores, como son el tamaño de teclas, pantallas, calidad de sonido, despliegue de acciones, etc. Existen barreras sociales, ya sea como consecuencia del nivel

de instrucción y formación, el *estatus* profesional que haya tenido la persona mayor; así también, barreras económicas, disposición de recursos e ingresos que le permitan asumir los costes; barreras del entorno, su posición en la red y en el entorno social, espacio geográfico; y barreras culturales, propias de cómo una persona mayor se puede desempeñar en la vida social en el actual contexto que presenta el devenir histórico.

El informe SeniorWatch (2002) realiza una ponderación de las variables que más influyen en la absorción de las TICs por parte de la población mayor europea. Según dicho informe, las barreras que tienen una mayor influencia son las de dimensión social (nivel de formación y actividad), con un 49% seguida de la edad y el nivel de ingresos, con un 47%.

## **LAS TECNOLOGÍAS Y ENTORNOS COTIDIANOS**

Los estereotipos y las dificultades para adaptarse al cambio aparecen como las justificaciones más recurrentes a la hora de resolver las dificultades que presentan los mayores para adoptar ciertos tipos de tecnologías. Sumado a un cierto conservadurismo o al declive de las capacidades mentales y físicas necesarias para aprender (Fernández-Ballesteros, 1992; Triadó y Villar, 1999 citados en Villar y Herrero, 2001). La idea que prevalece es que si ya han podido sortear sus vidas con relativo éxito, para qué sumar un nuevo problema, que en vez de dar tranquilidad, implicaría una preocupación adicional. Como consecuencia de esta actitud, se les suele llamar "tecnóforas", propias de la resistencia al cambio (Villar y Herrero, 2001).

Sin embargo, contrariamente con esta visión, la mayoría de estudios realizados sobre esta cuestión obtienen resultados que la contradicen (Morris, 1994; Baldi, 1997; Morell, Park, Mayhorn y Kelley, 2000, citados en Barroso et, al. 2003). Estos resultados parecen indicar que las actitudes de los mayores no son especialmente tecnóforas en comparación con personas de otras edades, si bien en los mayores se pueden detectar algunas creencias en este sentido. Entre ellas es posible distinguir ciertos "temores", como por ejemplo, al poder de la tecnología como medio facilitador del control social por parte de

---

estamentos privilegiados que la dominen; temor a que una manipulación no intencionada provoque que el dispositivo tecnológico deje de funcionar de forma irreversible; creer que los ordenadores son aparatos muy complicados cuyo manejo sólo corresponde a especialistas; creer que los ordenadores tienen "vida propia" y se comportan de manera autónoma (Barroso et. al. 2003).

Más allá de lo anterior, las iniciativas denominadas "diseños para todos" han tendido a vincular las necesidades de los mayores con aspectos ergonómicos, accesibilidad y usabilidad, es decir, situar a las personas mayores en relación con las nuevas tecnologías y la adaptación de productos. "La adaptación de los productos a las necesidades de las personas mayores se puede justificar tanto desde la perspectiva social entendida como una obligación, relacionada con la mejora de la calidad de vida de las personas mayores mediante el fomento de la independencia, como desde una perspectiva económica o empresarial de dirigirse a un mercado emergente que debería interpretarse como una oportunidad" (Barberà y Guillem, 2005:14).

Aún pese a la serie de contradicciones, la tecnología puede, aunque no siempre lo hace, favorecer y permitir la comunicación, la movilidad, las relaciones, el cuidado y las actividades de la vida diaria de las personas mayores. Las nuevas tecnologías empiezan a aplicarse con merídiano éxito, así la incorporación de la nuevas tecnologías con el objetivo de cubrir necesidades de las personas mayores ha abierto un campo muy amplio de posibilidades de mejora de la vida, "pero también plantea nuevos riesgos, principalmente la aplicación y desarrollo tecnológico alejado de las necesidades de los usuarios" (Poveda, 2005:22).

Especialmente podemos encontrar una nutrida utilización de las nuevas tecnologías como instrumento de ayuda, asistencia sanitaria y de primeros auxilios a las personas mayores. Así, en la medicina y, fundamentalmente, las técnicas de diagnóstico y control, englobado todo ello bajo el nombre de Telemedicina, puede tomar una importancia creciente por parte, tanto de los profesionales de la medicina, como de los pacientes. Algunas de las

---

principales aplicaciones en este campo son en la Tele-asistencia, un servicio que, a través de la telefonía (tanto fijo como móvil) y con un equipamiento de comunicaciones e informática, posibilita a los mayores que no necesitan de atención permanente y presencial, tener la seguridad de que, ante crisis de angustia y soledad, caídas, emergencias sanitarias, pueden contactar de forma inmediata con el centro de atención durante las 24 horas del día y los 365 días del año. Por otra parte, desde el centro de atención se contacta periódicamente con los usuarios del servicio con el fin de hacer un seguimiento permanente, mantener actualizados sus datos e intervenir si las circunstancias lo aconsejan; igualmente, los usuarios pueden comunicarse con el centro cuando lo estimen oportuno (Orange, 2007).

Otro ámbito es la Monitorización, la tecnología actual permite la medición continua de las constantes vitales de los pacientes y su transmisión a los agentes de salud o centros médicos. De este modo, se podría hacer el seguimiento de los pacientes sin que tengan que modificar su vida diaria, detectar precozmente posibles afecciones o realizar una asistencia remota, entre otras posibilidades. Además, los servicios de información sanitaria y medicina preventiva, donde se envían a través de Internet o de la telefonía móvil, bien con datos o con voz, información sobre citas médicas, vacunaciones, campañas sanitarias, información sanitaria preventiva, etc. Este servicio básico debe complementarse con "agendas" de usuario, que permitan recordarle la necesidad de realizar una actividad concreta en un momento predeterminado, de forma esporádica o con la periodicidad que se fije (la toma de medicamentos, la realización de una gestión sanitaria, una cita médica, etc.) (Orange, 2007).

Otros servicios son los de geolocalización, en especial para enfermos de Alzheimer y demencia senil, especialmente orientados hacia las familias de estos pacientes, ya que a través de terminales móviles GSM, GPRS y UMTS con funcionalidades GPS de localización por satélite, permite controlar la ubicación en tiempo real con alta precisión de localización. Con este método se puede atender a los mayores cuando se encuentren fuera de sus casas y en lugares sin telefonía fija. Un ejemplo interesante del uso de estas tecnologías es



---

el brazalete-teléfono "Columba", para localizar a los enfermos de Alzheimer y reforzar su cuidado. La pulsera opera con un sistema GPS, un emisor-receptor GSM-GPRS con transmisión de voz y datos, una tarjeta SIM y un programa informático inteligente de detección y alerta (Orange, 2007).

Otro ámbito, que cada vez tiene más presencia, es la demanda de accesibilidad, la cultura del "diseño para todos", se trata, más que de una necesidad, de un requerimiento de usuario, que tiene que ver con el grado de pérdida de determinadas habilidades o capacidades para el manejo de productos o herramientas y que va a condicionar la forma en la que poder satisfacer las necesidades anteriores. El diseño del entorno físico se realiza para usuarios con habilidades físicas y mentales de un nivel medio-alto, por lo que el desarrollo tecnológico y la innovación han supuesto, durante mucho tiempo, una fuente de exclusión social para los colectivos de personas con discapacidad y personas mayores. El "diseño para todos" se rige por principios elaborados por el Centro para el Diseño Universal: uso equitativo, uso flexible, uso intuitivo y sencillo, constituyen dos de los más importantes desafíos a los que las sociedades modernas tienen que hacer frente. El aumento de la proporción de personas mayores en la población va a suponer, tanto para las instituciones públicas como para las familias y los sectores productivos, un reto que tendrán que afrontar para asegurar el bienestar de este grupo social (Orange, 2007).

Algunas de las adaptaciones y ayudas técnicas más habituales son, por mencionar algunos ejemplos: los teléfonos de texto, los traductores "texto-voz" y "voz-texto", la sustitución de llamada telefónica sonora por indicadores luminosos, la elaboración de páginas Web "accesibles", los navegadores de Internet para personas invidentes, los sistemas de salida y reconocimiento de voz, los teclados ampliados y la emulación de teclados en pantalla, los ratones adaptados para otras partes del cuerpo (barbilla, cabeza), los adaptadores de teclado para braille, etc. (Orange, 2007).

Otros tipos de tecnologías que ya están disponibles para los usuarios mayores son las videoconferencias; además, se espera con especial atención el

desarrollo de la domótica, ya implementada incipientemente en países sudasiáticos, donde el sector de la informática investiga dotar de inteligencia artificial a los electrodomésticos. Ello permitirá que los frigoríficos previamente programados soliciten al supermercado los productos que faltan en la nevera, dentro de una red de supermercados y analizando la relación calidad-precio, los electrodomésticos averiados se pondrán en contacto directo con los servicios técnicos de las casas comerciales.

## **LAS PERSONAS MAYORES Y USOS DE LA COMUNICACIÓN MÓVIL**

De los dispositivos tecnológicos, el teléfono móvil es el más valorado por los mayores, ya que uno de cada tres (36.2%) lo considera necesario para la vida cotidiana, frente al 26.3% del ordenador o el 13% de Internet (IMSERSO, 2007). De las personas mayores usuarias de telefonía móvil, el 27% se declara usuario habitual, el 18.2% lo usa diariamente, mientras que el 43.2% lo usa menos de una vez a la semana.

Según el INE, en España la tasa de penetración de la telefonía móvil entre los mayores de 65 años asciende a un 51.7 %, lejos del 86.8% del total de la población nacional. En Cataluña es del 60.6% entre los mayores de 65 años de un total de 89% usuarios de telefonía móvil. Los hogares en España con teléfono móvil es de 90.9%, en Cataluña es de 92.6%. En el contexto europeo, España se sitúa en segundo lugar por la cola de los países europeos en número de usuarios mayores, frente al quinto puesto que ocupa si se toma como referencia la media nacional de todas las edades.

En general, el panorama es que la mitad de los mayores de 65 años ya son usuarios de teléfono móvil, porcentaje muy superior al 33.2% que había en el año 2005. Fundamentalmente el empleo de este dispositivo esté destinado principalmente a realizar llamadas (Fundación BBVA, 2007).

---

Las principales razones por las que no adquieren un teléfono móvil es la percepción de falta de utilidad (44%). La barrera económica o la complejidad son razones expresadas por algo más del 10% (Fundación BBVA, 2007).

Entre las razones para adoptarlos es por que se trata de un aparato que les hace sentir "menos solos", puesto que lo usan para hablar con sus familiares, y "más seguros", ya que les permite estar "perfectamente conectados con los servicios sociales y sanitarios" (IMSERSO, 2007).

Según el estudio "midiendo el progreso de la accesibilidad en Europa" (FUNDECYT, 2007), España tiene uno de los mejores índices en materia de telefonía móvil accesible. Para que un teléfono móvil sea accesible a las personas mayores las teclas deben tener un tamaño adecuado y espacio suficiente entre ellas para no tocar varias a la vez. En cuanto a la pantalla, el contraste debe permitir que los caracteres y números se vean nítidamente. También el tamaño tiene que ser grande, así como el del propio móvil, que debe resultar fácil de manejar.

Dentro de este ámbito entran los modelos específicos diseñados para personas mayores, como el "Simple Life" de Vodafone, cuya filosofía es la de ser un teléfono "extremadamente sencillo". Este modelo pertenece a la gama "Vodafone Simple", que sólo permite funciones básicas como realizar y recibir llamadas y mensajes de texto, o acceder a la agenda de contactos. El timbre y el altavoz tienen un volumen adaptado a las personas con problemas auditivos y dispone de "un gran botón rojo" para programar hasta cinco números para llamadas de emergencia: familiares, médico, teleasistencia.

Por su parte, Movistar cuenta con la gama "Movistar Fácil", con pantalla y teclas grandes, una tecla de acceso directo al número de emergencias 112 y tono elevado de llamada, entre otras características. Actualmente, Movistar tiene a la venta cinco modelos de la gama "Fácil" y ha ideado un servicio que permite recibir mensajes de texto en forma de locución. Este sistema trata de resolver la dificultad que encuentran algunas personas mayores para leer los mensajes de texto que reciben. Basta con que se den de alta en el servicio

---

para que una llamada les transmita el mensaje de texto como mensaje de voz. Asimismo, la compañía también ha elaborado un Manual de aprendizaje, en el que se detalla el manejo de un teléfono.

Uno de los temas que se presenta es si las personas mayores requieren las teclas más grandes, las pantallas más nítidas o que reciban a través del dispositivo móvil ciertos servicios, lo suficientemente atractivos y funcionales, para desempeñarse con mayor soltura por la vida social.

Para muchas personas mayores, el teléfono móvil expresa un "vínculo social", ya que su posesión no es una cuestión individual, implica usos compartidos a través de la práctica. La relación entre el usuario y la tecnología no tiene lugar en un vacío social, de ahí que se deba reconocer que se trata de la interacción entre algunas de las dimensiones de la cultura de una comunidad específica, las posibilidades que ofrece la tecnología y la integración de esas posibilidades para crear nuevas formas compartidas de vivir la vida cotidiana (Caronia, 2005).

Esta condición de vínculo no es adjudicable sólo al teléfono móvil, sino más bien al valor que se desprende de las comunicaciones telefónicas. El teléfono fijo también cumple funciones similares. En España, nueve de cada diez hogares de personas mayores cuentan con un teléfono fijo. En este sentido, el hábitat constituye un factor de gran importancia (el 15% de hogares en ámbito rural no dispone de teléfono, frente al 4.5% del entorno urbano), llama la atención el porcentaje de personas mayores que viven solos y carecen de teléfono fijo, 2 de cada diez (IMSERSO, 2007; Orange, 2007).

Las comunicaciones telefónicas representan un recurso eficaz contra la soledad ya que, según los mayores, a través del teléfono "se intercambia numerosa información sobre temas de interés común, a la vez que se recibe un importante apoyo afectivo" (IMSERSO, 2007:44). En especial, para aquellos que viven solos, el teléfono aporta una gran tranquilidad ante el riesgo de sufrir accidentes domésticos o enfermedades repentinas. El teléfono, por lo tanto, es un recurso fundamental en la conexión extradoméstica de los mayores y

---

cumple una función de enorme valor como instrumento de alerta permanente ante los problemas de salud que pudieran aparecer (Orange, 2007).

Cada vez hay más personas mayores que viven solos. Además, también es creciente la cifra de personas mayores que manifiestan experimentar sentimiento de soledad. Un 27.2% dice sentirse solo algunas veces, mientras que el 12.1% declara sentirse solo con frecuencia. "Este sentimiento de soledad está relacionado con la ausencia de relaciones de tipo social y familiar, lo que se suple, en la mayoría de los casos, con la utilización de las comunicaciones telefónicas" (IMSERSO, 2007:55).

La comunicación personal aparece como una de las más importantes necesidades de las personas mayores, más aún con la movilidad del aparato, lo que les permite superar restricciones que implican estar siempre en el mismo lugar y a determinada hora del día. La seguridad, es otro argumento, ya que para cualquier emergencia requieren de una canal de comunicación rápido para obtener ayuda urgente. La integración social, fundamentalmente en zonas o situaciones donde la comunicación móvil es la única forma de vincularse con instituciones, servicios, personas. La Autonomía, la combinación de la tres anteriores, comunicación personal, la seguridad y el acceso a los servicios de integración, da a las personas de edad más oportunidades para llevar a cabo una forma de vida independiente (Abascal, J. y Civit, A., 2001).

Pero, por otra parte, dada la propia contradicción del teléfono móvil, puede desatar cierto aislamiento social, es decir, confiar en el Terminal como único mediador entre el usuario y las demás personas, prevaleciendo una reducción directa, cara a cara, de las relaciones humanas con sus familiares, amigos y personal de atención. Pérdida de autonomía personal, ya que otros tiene acceso a la vida individual, puede surgir un control y una vigilancia sobre protectora hacia el mayor, también se puede incurrir en una invasión de su capacidad de tomar decisiones. También puede haber cierta ventilación de información privada, fundamentalmente en los espacios públicos cuando se produce una conversación se pueden tratar temas y asuntos que no necesitan ser conocidos por otros, pero pueden ser inconscientes de decir en voz alta la

---

información bancaria, claves de acceso, horas y direcciones de salida y llegada al hogar. Otro inconveniente es el económico, en general la tarificación del consumo es muy poco transparente, los cobros por identificar la llamada entrante, por enviar mensajes multimedia, difieren de la llamada por voz, lo que implica tener un presupuesto acotado y restringido, lo que impacta negativamente en las posibilidades de sacar todo el partido a las funcionalidades del dispositivo (Abascal, J. y Civit, A., 2001). Finalmente, puede conducir a las personas mayores a una dependencia, ya que pueden solicitar más apoyo en vez de acudir a sus propios recursos para resolver problemas.

El teléfono móvil tiene influencia en los modos de interacción, participación, comunicación y socialización. También en el caso de los adultos. Lo que afectará definitivamente en sus modos de ser, de hacer, de conocer, de sentir, de actuar y de comunicarse. Los teléfonos móviles son mucho más fáciles, a diferencia de Internet y los ordenadores, de ser incorporados a la vida cotidiana de las personas mayores. Si su uso es más esporádico y menos dependiente que el resto de los usuarios no puede interpretarse a priori como un problema, por el contrario, es la forma que es consiguada, apropiada, domesticada en función de los atributos y significados que le adjudican.

La comunicación móvil ofrece extraordinarias posibilidades de sociabilidad, para comunicarse, para estar en contacto con otras personas, para materializar su red de relaciones, como una expresión de confianza, de autoestima, de sentirse cómodos en el intercambio, puede alterar significativamente la vida de los sujetos mayores, en definitiva, el móvil puede ser una herramienta útil para sus vidas. A la vez, el teléfono móvil no debe ser sobrestimado en sus capacidades transformadoras, debe conllevar aspectos realistas y objetivos, no por su uso cambiarán radicalmente los contextos por donde transitan las personas mayores, ni las personas sufrirán instantáneamente mutaciones inclusivas, lo más probable es que refuercen los patrones y prácticas de la vida cotidiana y en eso las personas mayores son más certeras, le dan un tratamiento a la medida de las circunstancias, para lo que verdaderamente les pueda aportar. Y eso es un mérito.

Las expectativas generales, de la sociedad, sobre los efectos que debiera conllevar el uso del móvil en los mayores apuntan a que sea un instrumento que les permita sortear la soledad y el aislamiento; la integración, comunicación e información entre los mayores; que la interacción pueda conseguir una mejor realización personal y mayor participación social; que les permita mejorar la relación intergeneracional; que los motive a aprender algo nuevo; que mejore la autoestima y la aportación creativa; que les de más capacidad de movimiento. Estas expectativas son del todo válidas, pero sería una ilusión pensar que el teléfono móvil, por sí solo, pudiese reparar la posición que ocupa el adulto mayor en la sociedad y con los estereotipos que cargan sobre ellos. Ser viejo y jubilado siguen siendo los ritos de la ceremonia del adiós.

## **EL TELÉFONO MÓVIL Y SU VALOR SIMBÓLICO**

El uso del teléfono móvil depende de la utilidad que presenta para la práctica social de las personas en sus propios y múltiples contextos. Los ciudadanos adaptan la tecnología, según las necesidades y los proyectos delineados en sus vidas, en lugar de adaptar su vida a la tecnología. El agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella.

La irrupción de los cada vez más novedosos y avanzados dispositivos móviles ha tendido a consolidar un modelo competitivo entre sus usuarios, entre aquellos que se disputan el modelo más nuevo de Iphone, entre aquellos que acceden a información vía WIFI, entre quienes tienen acceso y usan información de calidad, más precisa y valiosa y quienes deben desenvolverse por medio de los canales defectuosamente habituales. La ingenuidad inicial supuso que el uso extendido del móvil proponía un nuevo escenario donde podría materializarse la idea de una cierta igualdad, desafortunadamente el nuevo tipo de comunicación móvil se consolidaba sobre la base de la misma estructura tradicional que ha legitimado las desigualdades imperantes en la

---

sociedad moderna. No hay nada nuevo sobre el fondo, ha cambiado su rostro.

Tal como diría cualquier Roggeriano, es un problema de tiempo, que las personas mayores adquieran el uso de los nuevos dispositivos, más tarde que nunca se alcanzará la "igualdad", por una ecuación simple, quienes son jóvenes hoy, serán viejos mañana, y ya tendrán el móvil incorporado a sus vidas, el problema es que en 40 años más será otro el tipo de dispositivo de comunicación y lo más probable que los futuros mayores no lo tengan incorporado a su vida, entonces los mayores de hoy pueden esperar.

La Brecha Digital es una expresión que hace referencia a la diferencia socioeconómica entre aquellos individuos que cuentan con acceso o no a las nuevas tecnologías, especialmente a Internet – el debate de la brecha digital tiende a concentrarse en el acceso a Internet, cuando en realidad los teléfonos móviles se están convirtiendo en una de las principales tecnologías de conectividad (Fortunati y Manganelli, 2002; Bure, 2005). Un concepto construido en condiciones abstractas, un acceso que tiene sentido físico, la acción de poseer una computadora personal y la conexión de Internet. Con ello, ha instalado la idea que la falta automática de acceso conlleva o encamina hacia otras formas de exclusión y así es una barrera a las oportunidades que se desprenden en la participación del ciudadano.

La brecha digital es el rostro contemporáneo de la desigualdad. "Podríamos decir que, en las condiciones sociales e institucionales actualmente vigentes en nuestro mundo, el nuevo sistema tecnoeconómico contribuye al desarrollo desigual, con lo que aumentan simultáneamente, la riqueza y la pobreza, la productividad y la exclusión social, con sus efectos diferencialmente distribuidos en diversas áreas del mundo y grupos sociales.

Se pretende la inclusión por la vía simbólica a un imaginario del desarrollo, mientras se excluye por la vía de una mala distribución de la riqueza. La brecha creciente entre desintegración "dura" (material) e integración "blanda" (simbólica) alimenta esta complicidad entre desencanto y



---

complacencia o entre ánimo apocalíptico y entusiasmo postmoderno. La creciente segmentación social es motivo de críticas ácidas, pero la defensa de la diversidad cultural despierta nuestras legítimas pulsiones utópicas. La informalidad laboral y el tipo de pensiones de miles de jubilados es claramente un factor estructural de reproducción de la pobreza, pero hablamos a la vez de la autogestión y el "acceso a destrezas estratégicas" como bondades que los nuevos tiempos pueden poner al alcance de todos.

En una economía global y una sociedad red donde la mayor parte de las cosas que importan dependen de estas redes inalámbricas, quedarse desconectado equivale a estar sentenciado a la marginalidad, o bien, obligado a encontrar un principio de centralidad alternativo. Esta exclusión puede producirse por diversos mecanismos, ya sea por la falta de una infraestructura tecnológica; los obstáculos económicos o institucionales para el acceso a las redes; la insuficiente capacidad educativa y cultural para utilizarlas de una manera autónoma; la desventaja en la producción del contenido comunicado a través de las redes. Los efectos acumulados de estos mecanismos de exclusión dividen a la gente en todo el planeta, pero ya no a lo largo de la división Norte-Sur sino entre aquellos conectados en las redes globales de generación de valor (en torno a nodos desigualmente repartidos por el mundo) y aquellos que están desconectados de dichas redes (Castells, 2001).

Con todo, la brecha digital instaura una dimensión nueva y, sintetiza, además, una serie de brechas preexistentes. Con toda su debilidad, la dicotómica noción de brecha digital ha proporcionado la ocasión para identificar las desigualdades entre los poseedores y no poseedores de tecnología; entre propietarios y no propietarios, entre aquellos con o sin acceso a las redes. Sin embargo, estas aproximaciones dicotómicas, binarias simples, no permiten abordar en plenitud las causas y consecuencias sociales del uso de la tecnología. En otras palabras, estas estáticas comparaciones pretenden validar una visión propia del determinismo tecnológico que ignora el contexto social en el cual la tecnología es incorporada. De ahí que la obligación sea mover el debate hacia delante, reconocer que los problemas cruciales de la

---

brecha simplemente no son tecnológicos, son consecuencia de los problemas sociales, económicos, culturales y políticos.

El determinismo ignora la relación compleja entre acceso y uso de las TICs. Incluso más, las diferencias tienden a acrecentarse al hacer la distinción entre el "acceso a" y el "uso de". El acceso no denota el uso. Mientras que a su vez, el uso no implica un uso eficiente, donde el usuario ejerza un grado de mando y opción por encima de la tecnología y de su volumen, llevando un significado, importancia y utilidad para el involucramiento individual (Bonfadelli, 2002; Silverstone, 1996).

El debate contemporáneo debe ir más allá de si el individuo tiene las condiciones de acceso a las diferentes tecnologías. Se trata de dar cuenta de la naturaleza y consecuencias del vínculo que se genera con las nuevas tecnologías como producto de una mezcla compleja de aspectos sociales, psicológicos, económicos y pragmáticos. El vínculo con las nuevas tecnologías no está exclusivamente relacionado con los problemas de acceso y de propiedad, sino cómo las personas desarrollan las relaciones con las nuevas tecnologías y cómo son capaces de construir un uso en tanto los recursos sociales disponibles.

Descartada la definición lineal de brecha digital, hay que detenerse en interpretar las distintas jerarquías y formas de acceso, los distintos tipos de usos, los diferentes contextos, los diversos estados mentales, emocionales y motivacionales, los que a su vez producen diferentes niveles de vínculos y consecuencias, determinando desiguales resultados y compromisos con estas tecnologías. Así, la línea dicotómica se transforma en un lienzo múltiple y pluridimensional.

La desigualdad en el acceso y uso de las nuevas tecnologías no es un problema menor. Castells señala que el informacionalismo sustituirá al industrialismo como modo de desarrollo social. Lo característico de la sociedad informacional es que los "procesos centrales de generación de conocimiento, la productividad económica, el poder político-militar y los

---

medios de comunicación ya han sido profundamente transformados por el paradigma informacional y están enlazados con redes globales de riqueza, poder y símbolos, que funcionan según esa lógica" (Castells, 2000:51).

La desigualdad digital ha venido a interpretar este lienzo más dinámico y multidimensional que sobrepasa la penetración y las diferencias de acceso. Quienes más líneas le han dedicada a precisar este concepto son Di Maggio y Hargittai (2001, 2003), investigadores que han descrito cinco dimensiones para abordar este concepto, ya sea por medio de las variables vinculadas al (i) equipamiento, (ii) autonomía de uso, (iii) habilidades, (iv) apoyo social, y (v) a los propósitos, fines, objetivos y metas para que la tecnología será empleada (2003:22). Todas estas variables, al momento de ser puestas en común, deben hacerlo desde las características individuales, la posición del sujeto en la sociedad y la evaluación de los resultados en el uso de la tecnología. "Estamos de acuerdo que esa desigualdad de acceso es importante, porque probablemente es la que refuerza la desigualdad en las oportunidades para la movilidad económica y la participación social, sin embargo es necesario ampliar la mirada" (Hargittai, 2003:45).

La desigualdad digital viene a ser un concepto conflictivo, ya que pone en tensión el concepto mismo de desarrollo, al cuestionar, a lo menos, tres claras dimensiones críticas, el propio modelo económico, las consecuencias del capitalismo globalizado y la miopía de las estrategias de desarrollo tecnológico, por tanto pone en jaque la propia idea de progreso.

Lo cierto es que hacer frente a una nueva forma de desigualdad –que se suma a la ya existente, derivada de las diferencias en los niveles de renta— la que puede acabar generando un agravamiento de la exclusión social de ciertos sectores de la población (Ballester, F. 2002).

Que adquiera valor la dimensión de uso implica abordar la desigualdad desde sus causas y consecuencias. No es que el asunto se cierre con este viraje. No hablamos de un cambio o de un trueque entre acceso por uso, por el contrario, la idea es abrir lo más posible todo el mapa multidimensional y

---

relacionar de manera dinámica las distintas variables y las combinaciones posibles entre sujeto y tecnología. Es posible distinguir varios niveles de usos, distintos tipos de herramientas infocomunicacionales, diferentes intensidades en el uso de los dispositivos; es posible distinguir diferentes grupos e individuos, con sus distintas motivaciones y apoyos y diferentes resultados.

La desigualdad digital no es una separación simple que se pueda ejemplificar al trazar una línea entre dos bloques o un simple elemento figurativo sobre ciertas diferencias presentes entre grupos de la sociedad. No es una dicotomía norte-sur, es más complejo, pues no solo se trata que, por un lado, se consolide una elite de información y, en el otro, se perpetúe a los digitalmente excluidos, sino que hablamos de ciudadanos que cuentan con cierta posición en la sociedad, que pertenecen a ciertas categorías sociales y que cuentan con un dominio relativo de ciertos factores y variables que determinan su situación.

La desigualdad digital no está por sobre las desigualdades absolutas (Van Dijk, 2006). En realidad, la mayoría de las desigualdades de acceso a la tecnología digital es de un tipo más relativo. No tener acceso a la tecnología no pone en juego – por de pronto- la carencia de los “mínimos vitales y necesarios para vivir en condiciones que no nieguen la dignidad” (Cabezalí, 2002:11). La pobreza absoluta supone carencia de bienes y servicios considerados esenciales, tales como alimentación, vivienda o vestimenta; está asociada al concepto de privación o miseria. La pobreza relativa estudia la no posesión o disfrute de bienes y/o servicios considerados habituales en la población a la que pertenece el hogar; este concepto está muy relacionado con la desigualdad.

La desigualdad digital no es un concepto estático. Hay varias causas y consecuencias que corren en paralelo a los condicionantes que determinan el acceso, ya sea motivacional, físico, material, habilidades y/o de uso. Todos los tipos de acceso se están moviendo continuamente (Van Dijk, 2006). No se trata de categorías simétricas, que se mueven en una misma dirección, sino que pueden desplazarse en direcciones distintas según las causas que se estén registrando en un tiempo y espacio determinado; es decir, puede que en una

---

región se experimente una notoria disminución de la brecha de acceso físico al teléfono móvil, pero que aumente las brechas de habilidades y de uso. Las desigualdades particulares pueden ser más profundas que las desigualdades totales.

La desigualdad digital más que un problema técnico es un problema político. Seguramente, el acceso a las TICs no cambiará las condiciones de exclusión, ni desatará un proceso irreversible de inclusión social de los ciudadanos.

El valor simbólico de poseer un teléfono móvil puede tener un peso mayor en la vida de los adultos mayores, pues es en su posesión donde, posiblemente, se juega el signo de ser un objeto incluyente. Es de algún modo, una forma de declarar que los miembros de este colectivo tienen un lugar en este horizonte global de la cultura del consumo. Puede ser, entonces, que las personas mayores que aún no adoptan o rechazan el uso del móvil lo hagan, además de las posibles variables económicas y sociales que les estaría impactando en su decisión, por que pueden interpretar que este objeto representa el ritmo intimidante de la sociedad de hoy, y de la que no quieren ni se sienten parte.

De este modo, la relación quedará constituida por los incluidos, quienes están conectados, y sus "otros" serán los excluidos, quienes ven rotos sus vínculos al quedarse sin empleo, sin vivienda y -ahora- sin conexión. La nueva calificación simbólica instala la imagen que estar marginado es estar desconectado e inmóvil. Lo correcto, lo normal, aquello que se le pide a las personas, ya como un compromiso, como un elemento normativo, como un deber ser, es que sostenga sus estatus de conectado y en movimiento. Este determinismo no deja margen para que sea el propio usuario quien exprese su posición, porque puede ser que tenga sus razones para no usar una tecnología en particular. La investigación ha mostrado que las personas apuntan a otras razones para no estar conectado, como la falta de motivación, de gratificaciones o simplemente porque no les interesa o adquieren una posición de consumidor crítico.

---

Es sesgado, poco riguroso y limitante tratar de reducir las relaciones sociales a los problemas de conectividad. Boltansky y Chiapello afirman que "al contrario de quienes imaginan emanciparse a través del acceso cada vez más intenso y veloz a las redes, el incremento de las conexiones puede ser fuente de nuevas formas de explotación y de nuevas tensiones existenciales" (2002:593).

La desigualdad digital y los mínimos para participar en la sociedad infocomunicacional, son parte de un proceso de apropiación y de negociación entre los contextos, factores y experiencias de la vida diaria y de la incorporación de los diversos significados que le dan sentido a la relación con la tecnología.

En el transcurso de ciertos plazos, la jerarquía de necesidades básicas de bienes y servicios cambia. La propiedad de un teléfono móvil, de un ordenador personal y del acceso a Internet, ha sido más un deseo individual de actualización que una necesidad. Por ejemplo, el refrigerador (nevera) hace un tiempo era considerado un objeto de lujo, sin embargo hoy es un bien de salud pública, que permite refrigerar y mantener los alimentos en buen estado. De una necesidad básica puede pasar a un símbolo del estilo de vida vinculado a la inclusión, de ser parte de un grupo social, de estar presente y conectado. Así, las dimensiones específicas de la exclusión pueden desplazarse y pueden variar considerablemente dentro diversos contextos.

La in/exclusión tiene un componente objetivo y otro subjetivo, uno material y un aspecto simbólico. El aspecto objetivo se basa generalmente en el agregado de datos cuantitativos, los factores estructurales que impiden la inclusión social. Las estructuras subjetivas, generalmente en datos cualitativos y etnográficos, sobre las experiencias y los significados subyacentes. Así, dependiendo de ciertos criterios sociales, variables o indicadores, alguien que técnicamente está dentro de la categoría de inclusión social, puede tener "la sensación" de ser excluido.

No es socialmente aceptable excluir a los ancianos de los cambios en nuestra sociedad, esto implica tender hacia una efectiva integración de las personas

---

mayores en un entorno social que está en constante evolución, fundamentalmente en un escenario transformado por la irrupción y presencia de las nuevas tecnologías; implica más solidaridad entre generaciones, debe concretarse a través de una comunidad de los espacios públicos, los símbolos, las convenciones, las formas de comunicación (Lobet-Maris y Galand, 2004).

El uso del teléfono móvil puede constituirse en un vínculo inclusivo, pasar de una simple sensación hacia una presencia real, que es parte del proceso de comunicación, que no son un decorado en el paisaje mediado por las tecnologías de comunicación. Un vínculo que escenifique que están al día, que entienden lo que pasa actualmente y que tienen una orientación de futuro.

## **LAS MOTIVACIONES**

Existen, por lo menos, cuatro aproximaciones posibles a la dimensión de "motivación al acceso". El primero, el "acceso mental", referido a la experiencia digital elemental, por el atractivo o desinterés hacia las nuevas tecnologías. Un segundo, el "acceso material", es contar con una posesión de los dispositivos tecnológicos. Un tercero, el "acceso de habilidades", referido a la disposición de ciertas destrezas digitales como consecuencia de un aprendizaje, educación, formación o como consecuencia de un determinado apoyo social. Un cuarto, el "acceso de uso", determinado por la existencia o la falta de oportunidades de uso significativo y por la desigual distribución de ellos (Van Dijk, 2004, 2005).

Los otros tipos de acceso se ven afectados o son determinados por múltiples variables. Así, la motivación en el acceso vendría a ser explicado por ciertas condiciones sociales y culturales, más la reserva mental o naturaleza psicológica. Un ejemplo, puede ser cierta tensión, desconfianza o falta de estímulo hacia la tecnología y de un escepticismo acerca de sus efectos beneficiosos. Este tipo de acceso condiciona la presencia o inexistencia de los otros tres, ya que si no hay ningún tipo de motivación no es posible invertir en el

---

acceso material, no es posible manifestar algún tipo de habilidad, ni dirigirse hacia algún tipo de uso.

Contar con cierta motivación, consciente y definida, implica que el usuario, a través del uso, persigue un objetivo, y que al obtener una gratificación influirá en la elecciones posteriores. En este caso, los usuarios con más repertorio, experimentados, con más antigüedad y frecuencia suelen contar con más satisfacción en el uso del móvil. Ciertamente, no todos están en condiciones de realizar una "situación de elección" o "una exclusión por elección", ni tampoco ocupar un mismo nivel de expectativas, ya que son desiguales las experiencias comunicativas y distintas su participación en el espacio conversacional.

A su vez, el "uso" tiene que ver con la complejidad, cada vez hay más aplicaciones avanzadas, sofisticadas y específicas que son difíciles de manejar por los usuarios medios; otras son relativamente simples. La complejidad conlleva gasto, un desembolso, ya que algunas aplicaciones requieren una inversión adicional. Las prestaciones y funciones se multiplican, lo que se usaba para algo específico tiende a extenderse a través de funciones múltiples y convergentes.

A través del uso es posible observar – quizás con mayor evidencia- la desigualdad estructural entre los usuarios, ya que expresa las tendencias y características divergentes que imperan entre las distintas categorías sociales.

Se tiende a suponer, en la mayoría de los casos con certeza, que las personas con niveles más altos de educación e ingresos tenderían a usar un abanico más amplio de aplicaciones, realizan una elección entre la oferta de distintos modelos de teléfonos móviles. Mientras que las personas con niveles bajos de educación e ingresos tenderían hacia una ejecución restringida y limitada a su dominio de conocimiento.

Frente a estas referencias sobre el uso, es pertinente una aclaración, no siempre consignada en las investigaciones. Existe un serio riesgo de



---

estigmatización. Es decir, una cosa es comprobar el uso efectivo que hacen los usuarios y otra cosa es predecir sobre los usos potenciales. Se tiende a suponer que los usuarios más jóvenes, con niveles más altos de educación e ingresos estarían en condiciones que hacer un uso más significativo de la comunicación móvil, en tanto el dominio y el background adquirido. En cambio, se suele adjudicar un uso desprolijo, ineficiente e incluso infrutilizado, a los usuarios mayores de edad, con menos educación y bajos ingresos, creando un imaginario que los relaciona con usos insignificativos. Esta inadecuada y prejuiciosa relación sigue presente en la mayoría de los reportes dedicados a identificar las diferencias del uso del móvil entre distintos grupos de la población. El uso tiene sus propios determinantes como tiempo de uso, tipo de uso, diversidad de uso, condiciones de uso, situaciones de uso, entre otros.

El proceso de apropiación no se agota con el acceso. Es una condición, una fase dentro del entramado sistema de adopción de las nuevas tecnologías digitales. La motivación es crucial para que una persona mayor pueda adoptar, adquirir, aprender y usar el teléfono móvil, y la fuente de estimulación radica en el tipo de interacciones que surgen en el espacio social y con su círculo más cercano, representado por la familia y amigos.

También, es perfectamente posible que una persona mayor no quiera tener acceso al Terminal móvil, poniendo en juego su capacidad de elección. Hay personas que no les motiva estar contactado en cualquier momento y en cualquier lugar, o que prefieran el cara a cara, o que ya tienen resueltos sus canales de comunicación con sus vecinos o con su familia; o simplemente el móvil no les dice nada.

Algunas personas que carecen de medios económicos, racionalizan su condición, indicando que ellos no quieren o no necesitan la tecnología. Otros realmente no se motivan para adoptar la nueva tecnología, y destinarán esos recursos a la compra de otro bien por el cual obtengan una mayor gratificación. Es perfectamente posible explicar que la falta de motivación para adoptar una nueva tecnología sea por "no querer"; "porque es

---

demasiado caro"; "que su uso es suplido por otras vías de comunicación"; "no disponer de tiempo suficiente"; "considerar que su uso no es significativo"; "rechazar este tipo de tecnologías"; "no tener las habilidades necesarias"; "no contar con una relación cotidiana con el móvil", "su uso es demasiado complejo", "desconfianza y falta de seguridad". La explicación puede provenir no tan solo de una única razón, sino que puede ser una mezcla de razones "vinculadas tanto al no querer como al no poder tener" (Van Dijk, 2005:122). Las explicaciones y razones para contar con una u otra motivación, para acceder y usar o no las nuevas tecnologías, están fuertemente relacionado con el grupo de pertenencia, la categoría personal y la posición que se ocupa en la sociedad.

Quizás aquellos que disponen de recursos materiales suficientes tendrán menos dificultad para tomar una decisión. Comprar y mantener el uso del teléfono móvil implica un desembolso económico mensual, que en general, para las personas jubiladas con ingresos por debajo de la mediana, puede constituirse como una barrera que condiciona la adopción del teléfono. En todo caso, contar con ciertos recursos no implica una motivación instantánea, ni mucho menos, de ahí que deba analizarse según el contexto y la condición de la situación. Pero no es sólo cuestión de un recurso determinado, no es sólo recursos económicos y tiempo disponible, hay más elementos que actúan para desatar la motivación. Por ejemplo, cuál será la motivación para una persona mayor, mujer sin hijos, con una baja educación, sin trabajo, que habita una residencia, con problemas en su visión, ¿tendrá menos motivos para empezar a usar un teléfono móvil?

El factor de los recursos sociales también puede explicar la falta o no de motivación. Las personas tienden a darse cuenta de la importancia de la comunicación móvil por vía de los contactos sociales y la red más próxima, ya sea a través de la familia, amigos, colegas, maestros y vecinos, con su red social disponible.

Las razones que podrían explicar las distintas expresiones de la motivación son complejas y varían desde el tipo de usuario, las faltas simples de interés,

tiempo, dinero y de habilidades a una difícil mezcla de inquietud o ansiedad, falta de confianza, y una imagen particular de la relación con la tecnología. La mayoría de las razones podrían encontrarse en la propia experiencia de los usuarios. Es más, algunos podrían objetivamente negarse a adoptar una tecnología que podría traerles más problemas que ventajas; o bien, su propia evaluación concluye que la tecnología digital móvil no contiene ninguna oferta de valor agregado que sea suficiente.

La motivación no es un estado permanente y continuo. No se suele estar permanentemente motivado, más bien, son estados en los cuales se puede manifestar distintos grados de motivación, los que a su vez determinarán los tipos de usos (intensivos, frecuentes, permanentes, ocasionales, irregulares) que se realicen con el teléfono móvil. Lo interesante es entender que el usuario, al tener distintas motivaciones, y al expresarla en distintos grados, tiempo y espacio, hará un uso diferente en cada ocasión que incurse con los dispositivos tecnológicos. Por tanto, el usuario está en un movimiento continuo, puede decidir un día desconectarse y estar inubicable; mientras que en otra ocasión querrá comunicarse con todos a los que no ha llamado en el último mes; y así indistintamente. Es decir, un usuario puede estar presente y ausente, cuantas veces lo decida o bien que los imperativos económicos, sociales, psicológicos así se lo determinen, pero no pierde su condición de usuario de la tecnología digital móvil, más allá del peso de las motivaciones.

Distinto es cuando las motivaciones del uso del teléfono móvil son a propósito de las necesidades de otros usuarios. Es decir, si son los hijos quienes imponen la adopción a sus padres mayores, sin que previamente haya una aprobación por parte de éste, para que lo lleve consigo por "si pasa algo", "para saber donde ubicarlo en caso de urgencias o emergencias" y el mayor resignadamente acepta los propósitos ajenos y efectivamente limita su uso a las restricciones y objetivos endosados por sus hijos, donde no hay otra motivación que la de los hijos.

Las personas mayores que si actúan a propósito de sus motivaciones y gratificaciones posibles de obtener a través del móvil, una vez que ha creado

---

el espacio de relación con el dispositivo, crea un vínculo, significativo o insignificante, incluso más allá del valor que individualmente pueda adjudicársele al acceso y al uso, pero genera un lazo que resulta a propósito de la experiencia, el que puede ser frecuente, constante, permanente, o bien inconstantes, intermitentes, pero que tendrá algún tipo de expresión en la forma de comunicarse con los demás.

## **LAS HABILIDADES**

La motivación desatará la actuación y el desempeño posible en la red móvil, para ello es preciso contar con ciertas habilidades y destrezas, las que pueden ser operacionales, de información y estratégicas.

Las destrezas y habilidades son producto de un conocimiento, de un campo de dominio que requiere de cierto aprendizaje y que es expresión de un capital disponible. Bourdieu (1987) analiza los capitales disponibles (financiero, cultural y social), especialmente, el relacionado con el Capital Social. Capital, que a decir del Programa de Desarrollo Humano, PNUD, constituye “la acumulación histórica y cultural de una sociedad, de un conjunto de valores, instituciones y organizaciones de personas. Se trata de un factor sociocultural que se acumula, reproduce y hereda desde la historicidad de las comunidades, promoviendo la asociación y participación de los sujetos en perspectiva de superación de los problemas y regulación de la vida comunitaria. Aquí se expresa el aspecto identitario en una dimensión temporal más amplia y en nexo directo con la transmisión de la memoria histórica y de un saber hacer” (1996: 5). Es decir, hoy no es posible obviar los aspectos sociales, culturales y contextuales al análisis de problemas y políticas de desarrollo y equidad. Hay un amplio reconocimiento de que los individuos y las colectividades manejan recursos intangibles, que son capitales en el sentido general de activos cuya movilización permite lograr mejores resultados en emprendimientos y estrategias de lo que habría sido posible en su ausencia (Coleman 1990).

---

Complementando lo anterior, Hamelink (2001) propuso un nuevo tipo de Capital, el *Capital de Información*. Es decir, las habilidades asociadas a los dispositivos tecnológicos y a su uso, como la habilidad financiera para asumir el coste de adquirir un dispositivo y la conexión móvil; la habilidad técnica para entenderse con los dispositivos; la capacidad de filtrar y evaluar la información, la motivación para buscar la información y la capacidad de usar esta información en la sociedad.

Van Dijk (2006) argumentó sobre los distintos tipos de acceso y distintas habilidades en relación a los dispositivos tecnológicos, en especial a Internet y el ordenador, creemos que su elaboración también es pertinente ocuparla para las habilidades del dispositivo móvil, más aún cuando la convergencia digital implicará que sus usuarios cada día tengan más destrezas en su uso. De esta manera, identificó las "habilidades digitales" como un nuevo tipo de Capital, las habilidades que están en juego son producto de la propia digitalización de la vida social.

Las habilidades digitales son las destrezas para investigar, seleccionar, procesar, analizar, almacenar, aplicar y producir información dentro de una amplitud de fuentes y en la habilidad de usar esta información estratégicamente para mejorar las posiciones en la sociedad (Van Dijk, 2006).

Así, la alfabetización debe contemplar nuevas extensiones que superen el texto, como el sonido, video, imagen, las que deben ser aprendidas. Las habilidades digitales contemplan las habilidades operacionales, de información y las estratégicas.

Las habilidades operacionales son aquellas que permiten operar el Terminal móvil, la computadora, la red, el hardware y software, es decir, una *alfabetización instrumental*. Las habilidades de información son las destrezas necesarias para investigar, seleccionar y procesar la información contenida en el teléfono móvil, la computadora y de las fuentes de red. Finalmente, las habilidades estratégicas son las capacidades de usar estas fuentes como los medios requeridos para las metas específicas y para la meta general de

---

mejorar una posición en la sociedad, ya sea en la calidad de las relaciones, en las interacciones sociales, en el mercado laboral, educacional, etc.

Por su parte, el tema de la alfabetización digital evoca inmediatamente la idea del aprendizaje de determinadas técnicas, de adquirir ciertas competencias para desenvolverse en el contexto práctico que han introducido las tecnologías informáticas y comunicativas: aprender a usar las aplicaciones generales, el despliegue del menú, las herramientas, los ajustes, los modos, la memoria, la marcación, el directorio, la agenda, el teclado, la duración de la batería, la tarjeta SIM, el número PIN, etc.

El concepto de alfabetización ha sido profundamente tratado, por considerarlo limitado y por conllevar una idea reducida de aprender a leer y escribir. En su reemplazo han adoptado el término inglés "literacy", por considerarlo más amplio, con matices, y que aborda la cultura/prácticas escritas o letradas, es decir, una concepción más social del término (Rodríguez Illera, 2004).

En la literatura que aborda este tema es posible encontrar varios tipos de alfabetizaciones o literacy. Por ejemplo, la "*alfabetización en Redes*" (*Network Literacy*), la que hace referencia a un conjunto de conocimientos y a una serie de destrezas sobre los posibles usos de las redes y los medios de información, con el fin de comprender el papel de las redes de información en la resolución de problemas y en las actividades diarias, y entender cómo la información en red se genera, se maneja y se pone a disposición de los usuarios (Gutiérrez Alfonso, 2005). Por otra parte, existe la "*alfabetización Tecnológica*" (*Technology Literacy*), que es asociada a la tecnología educativa, como un proceso integrado y complejo en el que están implicadas personas, ideas, dispositivos y organización para analizar problemas; diseñar, poner en práctica, evaluar y arbitrar soluciones para esos problemas relacionados con cualquier aspecto del aprendizaje (Gutiérrez Alfonso, 2005).

Otro tipo es la "*alfabetización de la Información*" (*Information Literacy*), es la habilidad de adquirir las destrezas necesarias para localizar, evaluar y utilizar

---

eficazmente la información en su vida profesional y personal. También se ha definido *information literacy* como la capacidad de localizar, analizar, evaluar, sintetizar y usar información procedente de diversas fuentes. También, es posible reconocer la “alfabetización Visual” (*Visual Literacy*), como la capacidad de comprender (leer) y utilizar (escribir) imágenes y de pensar y aprender en imágenes. También, es la capacidad de interpretar y crear imágenes en varios medios con el fin de comunicar con eficacia.

Asimismo, es posible hablar de la “alfabetización para los Medios” (*Media Literacy*) la que intenta desarrollar una comprensión crítica de la naturaleza de los medios de comunicación, de las técnicas que utilizan y del impacto y significados que producen. Todo ello sin olvidar las destrezas y conocimientos necesarios para crear productos mediáticos. La *alfabetización para los medios* ha sido también definida como la capacidad de acceder, analizar y producir comunicación de varias formas (Gutiérrez, Alfonso, 2005).

Gutiérrez Alfonso (2005) propone reunir los mínimos de cada tipo de alfabetización y dar cuenta de una “alfabetización multimedia”, como aquella que, haciendo uso de las tecnologías predominantes en nuestra sociedad actual, permita al usuario conseguir los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios para comunicarse (interpretar, y producir mensajes) utilizando distintos lenguajes y medios; desarrollar su autonomía personal y espíritu crítico, lo que les capacitaría para formar una sociedad justa e intercultural donde convivir con las innovaciones tecnológicas propias de cada época.

Si, por una parte, consideramos la alfabetización, en su dimensión “funcional”, como la preparación básica para que cada persona pueda desenvolverse como tal en su entorno; y, por otra parte admitimos la creación de un nuevo modelo de sociedad con la significativa presencia de las tecnologías de la información y la comunicación, tendremos necesariamente que considerar también la necesidad de un nuevo modelo de alfabetización: la necesidad de una alfabetización *digital* para la sociedad *digital* (Gutiérrez; Alfonso, 2005).

---

¿Dónde se adquieren las habilidades? Su obtención va más allá de participar en cursos de formación, o en talleres de capacitación, o de leer manuales, o aplicar funciones de ayuda. El proceso, mediante el cual, se adquieren las habilidades requeridas responde a un aprendizaje a través de la práctica, por el ensayo y error, y de los ambientes sociales del usuario, generalmente, con la ayuda de personas cercanas. Esto revela la importancia de tener una posición particular en la sociedad (trabajo, escuela, casa, red social) y las cualidades personales que permiten desatar los procesos de motivación y habilidad sostenida.

La educación formal resulta necesaria para crear una base sólida de las habilidades digitales para los jóvenes en las escuelas y para los adultos que requieren una re-alfabetización, siempre y cuando no se limiten tan solo a las habilidades operacionales. La alfabetización instrumental supone el grueso de las políticas públicas que dominan la intervención social. Aparece como si el dominio sobre cierto aparato sea un fin en sí mismo y como si el problema entero de la desigualdad digital desapareciera en cuanto alguien se vea sentado frente a un teclado de la computadora o apretando el talk del teléfono móvil. Las personas mayores, por ejemplo, requieren un paso más. Cuando asisten a un taller de alfabetización sobre el uso del móvil y les enseñan desde que significa el número PIN hasta cómo guardar un número en la agenda telefónica, necesitan compartir la experiencia, interactuar con sus amigos, practicar, pero es ahí donde surgen y aparecen nuevas dudas, quieren saber como se cambia el fondo de pantalla, como dejar una llamada en espera, cómo sacar y enviar una foto con la cámara del móvil, saber qué significa el bluetooth y un largo etcétera que da cuenta de su inquietud por verdaderamente adoptar los usos del dispositivo que tienen en sus manos, tratar de sacarle rendimiento, desafortunadamente no hay recursos destinados a un segundo, tercer o cuarto taller, sus hijos están demasiados ocupados, sus amigos saben tanto como ellos, prefieren entonces moverse con lo justo.

En este tipo de iniciativas, es importante que la persona mayor vea potenciado el sentido de competencia y la conciencia, que es posible dominar la tecnología y no al contrario. Este sentimiento de autoeficacia es un



---

importante predictor de su uso posterior (Kelley, Morrell, Park, y Mayhorn, 1999 citado en Pavón, 1998, 2000, 2005).

Lo importante no es el rendimiento absoluto que la persona mayor, sino como los procesos de alfabetización digital potencian a la persona a manejarse con autonomía con la tecnología, aunque sea en tareas simples; el grado en el que ha fomentado un interés posterior que pueda ayudar a consolidar conocimientos ya adquiridos y a profundizar en otros nuevos; el grado en el que percibe que la nueva experiencia le ha aportado más cosas además de las estrictamente vinculadas a los objetivos de aprendizaje y a la temática que se ha impartido (Pavón, 2000).

Dada la situación en particular y por los factores de contexto en juego, las variables pueden tener un valor distinto, dependiendo de las circunstancias. Por ejemplo, se suele coincidir que la edad es una variable determinante, ya que los niños y jóvenes están en una mejor posición receptiva al aprendizaje, disponen de mayor destreza manual y técnica que las personas adultas. Ellos están creciendo con estas habilidades, y tienen a su disposición los medios digitales, ya sea en sus casas o en las escuelas. Además, los jóvenes tienen conformada una red social de pares y amigos que garantizan un apoyo para desarrollar las habilidades de manera sostenida. Por el contrario, los adultos mayores, han adquirido una dinámica de aprendizaje, que a cierta edad, es más complejo internalizar y materializar a través del uso continuo, de ahí que su recepción al aprendizaje sea más complejo. Sus redes de amigos y pares están menos volcadas a incorporar nuevos intereses, y en su escala de preferencias de consumo y en su propia planificación presupuestaria familiar, la adquisición de habilidades operacionales no está definida de manera prioritaria.

Sin embargo, el asunto tiende a complejizarse cuando se requiere disponer de más destrezas que las implicadas en las habilidades operacionales. Al ser más complejo y multifuncional un dispositivo móvil será más evidente la desigualdad. Así, por ejemplo, las destrezas necesarias para contar con una habilidad en la información, donde se precisa saber encontrar, seleccionar,

---

procesar y evaluar la información en las fuentes específicas, responden a la disponibilidad de ciertos capitales, que no todos obtienen ni se desarrollan de manera igualitaria. Claramente, las habilidades de información requeridas son intelectuales y éstas son desigualmente distribuidas entre las personas.

Ahora bien, nada se obtiene si con las habilidades operacionales y las habilidades de información no se llega al resultado esperado. Para asegurar una incursión que sea satisfactoria es necesario contar con habilidades estratégicas, ya que es en este espacio donde está en juego la propia iniciativa individual, las metas propuestas y el uso que de los dispositivos se puedan hacer para obtener los resultados esperados.

Las habilidades estratégicas tienen que ver con las prácticas diarias, que se dan a propósito de la posición que cada uno ocupa en la sociedad y de los contextos donde se desenvuelve, o lo que algunos autores han denominado comunidades de práctica (Van Dijk, 2005). Ya sea en el espacio laboral, educacional, familiar, barrios, clubes, asociaciones, y por el tipo de relaciones y de vínculos que se generan con su entorno más inmediato.

## **LOS USUARIOS**

### **EN EL ENTRAMADO DE LA MOVILIDAD**

La relación que se presenta entre los usuarios y la comunicación móvil son de una correspondencia compleja y dinámica, donde las variables, factores, sujetos, propósitos, contextos tienen tantas combinaciones posibles que construyen un mapa relacional que está en constante definición.

Las posibilidades de combinación que determinan la experiencia final son tan importantes como las motivaciones iniciales, ambas son extremadamente amplias, lo que implica una observación más abierta sobre todos los cruces posibles. Los énfasis serán distintos, el peso de cada variable será diferente, incluso para el mismo sujeto en momentos distintos. Las variables pueden estar influyendo directamente en los deseos o necesidades del usuario, pueden ser

---

en torno al objeto, como lujo, moda, diseño, identidad; puede ser en torno a las funciones multimedia e interactivas; puede ser en torno a la comunicación y la posibilidad de ser contactado; puede depender del contexto, y a la vez de manera indirecta al tipo de uso. Se están permanentemente moviendo Usuario, Funciones, Contextos, más aún cuando el dispositivo, para una gran mayoría de usuarios, es un instrumento insustituible. En fin, la mirada puede arrojar, por ejemplo, variables de calidad y naturaleza del uso; de habilidades y conocimiento; de los distintos apoyos, de las distintas estrategias; de los resultados y tipos de uso; de los distintos fines; de las distintas consecuencias; de los distintos usuarios; de diferentes compromisos; de los vínculos generados, de las distintas calidades; de las distintas experiencias; de las evaluaciones; de las formas en que integran a la cotidianidad del usuario; de la antigüedad; de la capacidad; del tipo de Terminal o dispositivo; de la infraestructura; de la conexión; de los tipos de empleos; del color del dispositivo; el idioma del software; de las motivaciones; de género; de lugar de residencia, y se podría continuar. Son tantas las variables y factores que operan en esta relación usuario/acceso/teléfono móvil/uso.

Esta multi-dimensionalidad es un asunto medular, pues permite conocer el tejido de relaciones que condicionan el status de un usuario. Es propio reconocer la importancia del contexto y del propio sujeto/usuario en su acceso y en su uso, ya que la posición del usuario puede dar cuenta y condicionar el tipo de relación que tendrá con el teléfono móvil.

También, proponer una tipología es complejo, ya que son varias, distintas y diferentes las categorías y subcategorías que podrían ser indicadas, las que permitirían identificar distintos niveles de análisis, sin embargo ubicar a un usuario en una casilla puede resultar altamente arbitrario.

Los tipos de usos de la comunicación móvil dan cuenta de que existe relación, un circuito contingente, entre "El sujeto/Usuario" y una serie de variables, entre ellas las relacionadas con la categoría personal (edad, género, raza, personalidad, capacidad física). Asimismo, con las variables que determinan la posición del sujeto en la sociedad (según el tipo de trabajo, el nivel de

---

instrucción, los lazos familiares y sociales), más las variables de los recursos disponibles (temporal, material, mental, social, cultural). Los recursos, a su vez, condicionan el acceso, el cual tendría expresión en las variables que determinan la participación y su desempeño en el espacio conversacional y en el tipo y calidad de los vínculos en la sociedad.

Finalmente, las variables que determinan la participación en sociedad vuelven al circuito relacionándose con el lugar que ocupa el usuario en la sociedad y con los recursos disponibles.

El acceso a cierto Terminal móvil dependerá de la disposición de recursos, más la motivación (inquietud); posesión (acceder materialmente); las habilidades (destrezas); y el uso (nivel y diversidad de las aplicaciones).

El usuario puede hacer un uso personal de distinta calidad y naturaleza, puede ser activo, eficiente, pasivo, ineficiente. Si es activo o pasivo puede ser absoluto, regular, frecuente, esporádico u ocasional, dependiendo además de sus motivos y de su contexto. Puede un día apagar el móvil y no encenderlo dentro de una semana; y a la semana siguiente llamar desafortadamente a todos sus contactos; y además, el usuario de telefonía móvil debe ser uno de los más permeables a las estrategias comerciales de las operadoras y fabricantes, en cuanto aparece un nuevo modelo o aplicación, tiende a pensar sobre su adquisición.

El usuario podrá contar con un acceso según el espacio, el tiempo y el costo, el que determinará si es intenso, amplio o frecuente. Según la condición de acceso podrá adoptarlo y poseerlo, de manera permanente, frecuente o esporádica. Variables que condicionarán las distintas motivaciones, objetivos, resultados, fines, actividades, consecuencias, impactos.

La satisfacción o frustración ampliarán o sesgarán las expectativas condicionando la actitud y metas, valorando, evaluando o integrándolas a su contexto, dándoles y reinterpretando el sentido y significado.

---

Al centrarse en el sujeto como usuario de la comunicación móvil, de partida, podemos afirmar que no todos usan de igual forma el móvil. No es lo mismo un usuario cuyo trabajo remunerado dependa del uso del teléfono, que otro que lo usa para casos de emergencia. De ahí que sea difícil precisar modelos únicos de usuarios o modelos únicos de usos; un mismo usuario puede reunir en sí mismo tantas versiones de usos y tantos tipos de usuarios, que sería demasiado pretencioso tender a su estandarización.

Lo más pertinente es hablar de las características más evidentes, ya que es prácticamente imposible situarlo en una única categoría. Para ello, corriendo el riesgo propio que implica recurrir a tipologías, es necesario vincular los usos en relación con las necesidades, fines, metas y propósitos que el usuario (antiguo, medio, nuevo) busca, obtener, alcanzar, satisfacer y gratificar, con el fin de observar las variables que están influyendo y afectando en la relación.

Por ejemplo, una aproximación puede estar relacionada con el tipo de usos (pragmática, instrumental, utilitaria o relacional, expresivos), por la cual se privilegia más un contacto, en un caso, y más la conexión, en el otro. Esto es interesante de aclarar, pues las personas mayores tienden a experimentar dos líneas del discurso; uno, que tiene que ver con la motivación de sentirse acompañada, escuchada y con la posibilidad de interactuar, es decir, espera sostener una "conexión", que en tanto, tantas veces se repita puede sentirse o hacer sentir que experimenta una "integración" en el espacio conversacional y en sus redes de relación. En cambio, por otro lado, ese deseo de "conexión" en la realidad se ve afectado, en tanto, que la comunicación que establece es sólo para estar en "contacto", para fines pragmáticos, para fijar la hora para pasar a retirar al nieto de la guardería, es cuando la llaman y en vez de preguntar ¿cómo estás?, te dicen ¿dónde estás?. Es como cuando uno se despide y se dicen "eh, estamos en contacto".

Estar conectado es buscar y encontrar réplicas afectivas, es desatar los vínculos a su máxima intensidad, es buscar y encontrar reciprocidad, afinidad, donde la llamada no es un problema. Para estar en contacto el teléfono móvil

---

va bien, pero para estar conectado e integrado depende de las personas, de las solidaridades, del respeto y de las emociones.

Otra forma de clasificación a los usuarios es entre eficientes o ineficientes, entre pocos conectados e hiperconectados, entre nómadas y sedentarios. Estas categorías están bien, pero tampoco son del todo ciertas, no es posible juzgar a un usuario por la cantidad de aplicaciones que tiene abiertas, o si se mueve por la ciudad con más dispositivos en su bolso que otros. Estos modelos son parte del business y de las investigaciones que permiten construir "tipos" para un mejor análisis. Otra vez la persona mayor es un ejemplo para este tipo de asignaciones. Se les suele decir que son ineficientes y que infrutilizan el móvil ¿pero, hay algo más eficiente que ocupar un dispositivo según los recursos disponibles y los fines esperados? Los mayores llaman a los que tienen que llamar, no ocupan algo que no le ven la necesidad, no se pasan del presupuesto programado y satisfacen sus necesidades de comunicación. Lección de economía. Sin embargo, el halo mitificado está en relación al joven usuario de entorno profesional que querrá consultar desde su móvil su correo electrónico corporativo, acceder a información sensible de su empresa desde el propio teléfono. Es el consumidor que demanda mensajería instantánea, acceso a redes sociales, navegar fácilmente por Internet o instalar sus aplicaciones favoritas. Además, el usuario demanda libertad de elección, es decir, que cada uno de ellos tiene diferentes motivaciones a la hora de elegir qué móvil se adapta mejor a su forma de ser. Habrá usuarios que se guíen por el precio, otros por si el dispositivo tiene GPS, teclado QWERTY, 3G, pantalla táctil o, simplemente, si el color del móvil va a juego con sus complementos. Las posibilidades son casi infinitas porque cada individuo tiene gustos y preferencias de uso diferentes.

Entre algunos autores que proponen ciertas taxonomías o tipologías de usuarios podemos destacar la propuesta de Plant (2002) que en su estudio "On the Mobile" (financiado por Motorola) propone una tipología de acuerdo a los distintos tipos de posturas, gestos y movimientos corporales asociados con el teléfono móvil y las circunstancias, espacio privado y público; así como a las características de la fragmentación de la identidad.

---

Sadie Plant (2000, 2002) en su trabajo identifica a los **innies** y **outnies**. Los **innies** son aquellos grupos donde el móvil se usa discretamente, si hacen o reciben una llamada suelen retirarse del lugar físico donde se encuentran; no interrumpen, se disculpan; muestran una falta de voluntad para interrumpir la conversación presente, si lo hacen, suelen usar el lenguaje corporal para establecer los límites, para ello el móvil no debería tener la prioridad sobre las demandas del presente físico.

Por su parte los **outies**: El móvil es más fácil integrarlos a los procesos de interacción del grupo, son los que muestran sus móviles; los colocan sobre la mesa, en la barra, son más sociable, comunicativo y lúdico, el móvil sirve como centro de atención de sus intercambios.

Hay una tensión cuando se reúnen en un mismo lugar **innies** y **outnies**, el móvil funciona como una fuente de tensión, desacuerdo y antipatía, sienten tensión cuando el móvil se utiliza sin consideración de la compañía presente, por la desaprobación de los demás.

También, dependiendo del lugar los usuarios de móvil se comportan de maneras distintas, así como por las restricciones en el avión, al conducir, en el hospital, según el tipo de restaurantes (ambientes formales o informales), etc.

También hace una distinción entre géneros. Así, las mujeres son más silenciosas, prestan más atención a la llamada; cuando están reunidas prefieren mantener el móvil fuera de la conversación; que el dispositivo no esté a la vista; si están solas lo enseñan, para mantener a raya las atenciones no deseadas, lo usan como imagen de autocontención, como forma de legitimar la soledad, lo portan en carteras, bolsos o como collar.

Por su parte, los hombres están dispuestos a mostrar sus móviles, lo usan como símbolos de estatus, incluso como símbolo de virilidad, lo llevan en los bolsillos o en la mano.

---

Entre hombres, su presencia es más visible; hay cierta rivalidad y competencia entre ellos; un juego de dominación y subordinación; se inhiben si el otro tiene un móvil de mayor especificación o calidad estética que el suyo; lo muestran si creen que el suyo es superior. En el caso de las personas mayores, estas diferencias de género no son tan evidentes, fundamentalmente ambos prefieren llevar su móvil fuera de la vista de los demás, en sus carteras o bolsillos.

Entre hombres y mujeres, el hombre lo enseña, la parte masculina actúa como punto de contacto para los dos, la mujer lo percibe como un instrumento intruso, ellas demandan más el cara a cara en la conversación.

Plant, inspirada por las canciones de las aves, así como de historias y mitologías de las aves de como transportaban los mensajes, propuso seis características asociadas al teléfono móvil:

**El gorrión parlanchín.** Los gorriones se exaltan con facilidad y tienden a estar nerviosos cuando hacen o reciben una llamada. Tiende a hacer llamadas con frecuencia y suelen comportarse de forma sociable, son bromistas y le gusta hablar y reírse mucho. Sus mensajes de texto son también agradables.

**El estornino ruidoso.** Son autoritarios, agresivos y unos pájaros maleducados. El usuario de móvil al que se le atribuye este pájaro tiende a llevar varias conversaciones a la vez y no presta demasiada atención.

**El ostentoso pavo real.** Es el clásico exhibicionista. Como usuario de móvil es orgulloso, extrovertido y principalmente preocupado por su apariencia y por la de su propio móvil. Su preocupación por el móvil es, principalmente, para poder ser visto y estar a la última moda con estos aparatos.

**El vencejo hablador.** Los vencejos pasan la mayoría de su vida volando. Las conversaciones tienden a ser confidenciales y cálidas. Está acostumbrado a hablar y escribir muy rápido. Los vencejos no aterrizan por miedo a no poder



---

volver a volar, por eso, estos usuarios de móvil son reacios a estar sin un teléfono móvil.

**La lechuza solitaria.** Tienden a usar lo menos posible el teléfono y sólo hacen y cogen las llamadas necesarias. Prefieren la comunicación interpersonal, cara a cara, que la telefónica. Como usan poco el teléfono pueden quedarse perplejos cuando su propio móvil suena. También pueden ser sorprendidos por alguien hablando por el móvil medio escondidos.

**La calmada paloma.** Hacen y cogen llamadas discretamente, sin vergüenza ni desconcierto. Están muy a gusto con sus conversaciones telefónicas. Callado y modesto, pero siempre confidencial. Nunca presume de recibir y enviar muchas llamadas o mensajes de texto.

Además identifica otros tipos de usuarios:

### **Approximeeting**

Usan las llamadas de teléfono móvil como una excusa social universal, por haber llegado tarde, la ausencia de reuniones, o cuando las circunstancias sin aburridas apela al móvil para evadirlas.

### **Foxes**

Usuarios dedicados, con vidas caóticas para las cuales los teléfonos móviles son una herramienta indispensable. En medio de las inestabilidades de sus vidas, el móvil es un objeto excepcionalmente estable, una constante a la que puede aferrarse.

### **Bi-Psyche**

La capacidad de moverse por las calles de la ciudad, andar en bicicleta, o gestionar cualquier otra actividad no verbal al mismo tiempo que habla por un teléfono móvil.

---

### **Gooseberry Calls**

Es el que está pendiente de realizar llamadas a sus amigos, fundamentalmente en fechas conmemorativas para enterarse de sus vidas y poder hablar sobre la de ellos.

### **Hedgehogs**

Las personas que usan teléfonos móviles como medio para gestionar la vida privada, seleccionando cuidadosamente las llamadas entrantes.

### **Wan Ko Girl**

Una expresión japonesa que describe una gran mujer que no puede parar de hacer llamadas, es una acción compulsiva que necesita marcar números y ponerse en contacto con toda su red, varias veces al día.

### **Light Touch**

Son los que han desarrollado una gran destreza física para manejar el móvil, aquellos que ocupan los dedos, no las manos, los que pueden manejarse con gran habilidad.

### **Oya Yubi Sedai “The Thumb Generation”.**

"La generación del pulgar". Una expresión japonesa que describe a los adictos de los SMS.

### **Phone-Shield**

Son los que ocupan una conversación móvil como estrategia para defenderse de alguna atención no deseada, o para que lo vean que están ocupados mientras esperan a sus amigos.

### **Shagbile**

Son aquellos que llevan un segundo teléfono móvil, utilizado exclusivamente para hablar con alguien con quien el usuario está teniendo una aventura.

---

### **Spacemakers**

Los introvertidos que prefieren retirarse o bien ocupar sus cuerpos para protegerse de la mirada y escucha de los demás, inclinan sus cuerpos, ponen la mano en su cara o en su bocas cuando hablan.

### **Speakeasies**

Son los extrovertidos, aquellos que hablan sueltamente, con los pies extendidos, que no son distraídos por el mundo exterior.

Otro estudio destacado es el que realizó el Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, el cual propone una definición para los distintos tipos de usuarios (TIC-ISUC, 2002):

**Always-on-plus:** Son principalmente hombres profesionales que trabajan outdoor. Tienen entre 25 y 45 años. Las características de su ocupación, con mucho trabajo en terreno (p.ej. arquitecto, agrónomo) les exigen estar ubicables y en contacto permanente. Sumado a ello, también valoran la posibilidad de comunicarse con fines familiares o de sociabilidad. Utilizan el móvil de manera intensa, con un gran uso de aplicaciones, y están abiertos a la adición de nuevos servicios que transformen al móvil en un dispositivo integral. Requieren de aplicaciones novedosas que contribuyan a lograr un mejor desempeño laboral, y que brinde tranquilidad y seguridad en el plano familiar (conexión con procesos productivos, GPS, WAP, etc.). Si bien desean algo sofisticado, valoran que siempre sea amigable, es decir, que por muchos servicios que tenga el equipo, sea fácil y rápido acceder a ellos. Una vez que se hacen usuarios, asumen cierta dependencia posterior respecto del móvil. Requieren una buena señal de redes y un aparato cómodo que permita realizar variadas funciones. Son personas que no sólo tienen internalizado el estar comunicado en todo momento, sino que mantienen diversos tipos de comunicación. Tienen capacidad de consumo y un nivel elevado de apropiación de esta tecnología.

**Always-on-paternidad-móvil:** Son principalmente hombres profesionales mayores de 35 años, separados y con hijos. El móvil les ha permitido mantener

---

un contacto directo y permanente con sus hijos, actualizando de forma continua el vínculo paternal. Una vez que se hacen usuarios, asumen cierta dependencia posterior respecto del móvil. Requieren una buena señal de redes, ya que valoran el estar siempre ubicables. Tienen capacidad de consumo y un nivel elevado de apropiación de esta tecnología.

**Always-on-mujer-múltiple:** Son principalmente mujeres profesionales mayores de 30 años, con hijos. El móvil ha facilitado su desempeño en múltiples roles, pudiendo estar disponible tanto para sus hijos, como para sus jefes y/o clientes. De este modo, ha mejorado la calidad de su desenvolvimiento en ambos ámbitos. Ha contribuido a borrar los límites espacio-temporales y ha posibilitado la optimización del tiempo. Una vez que se hacen usuarios, asumen cierta dependencia posterior respecto del móvil. Requieren una buena señal de redes, que les permita estar siempre ubicables, y un equipo simple y amigable, aunque con diversas aplicaciones. Tienen capacidad de consumo y un nivel elevado de apropiación de esta tecnología.

**Pragmático familiar:** Son principalmente mujeres profesionales o empleados de cuello blanco mayores de 35 años, que trabajan indoor. Tienen acceso permanente a teléfono fijo y a correo electrónico, medios a través de los cuales desarrollan esencialmente su trabajo. El móvil es un medio para comunicarse principalmente con su familia (hijas-hijos), y para cosas puntuales. Lo utilizan generalmente fuera de su lugar de trabajo. Una vez que se hacen usuarios, asumen cierta dependencia posterior respecto del móvil. Requieren una buena señal de redes, y pocas aplicaciones, pues usan el móvil básicamente para hablar. Tienen una capacidad de consumo relativa y un nivel intermedio de apropiación de esta tecnología.

**Pragmático laboral:** Son principalmente profesionales o trabajadores de entre 25 y 40 años que se desempeñan en actividades que exigen estar comunicados en forma permanente. Algunos trabajan en forma independiente outdoor, y otros indoor con mucho contacto con personas. El móvil ha pasado a ser un instrumento de trabajo fundamental en su actividad, por lo que valoran mucho el estar siempre comunicados. Sin embargo, se

---

caracterizan por tener cierta resistencia inicial a la posesión de móvil y suelen darle un uso primordialmente laboral, sintiendo la necesidad de desconectarse fuera de dicho ámbito. Utilizan el móvil básicamente para hablar, y no le piden mayores servicios o aplicaciones. No obstante, una vez que se hacen usuarios, asumen cierta dependencia posterior respecto del móvil. Requieren una buena señal de redes y un equipo cómodo y amigable. Tienen capacidad de consumo y un nivel intermedio de apropiación de esta tecnología.

**Usuario tribal (uso medio):** Son principalmente pre-adolescentes y adolescentes que estudian. Utilizan el móvil básicamente para comunicarse con sus padres y con amigos. Sus padres se los han regalado para sentirse más seguros y tranquilos, a la vez que para ejercer un cierto control sobre ellos. Por su parte, se comunican con amigos con el fin de coordinar actividades y espacios de sociabilidad. Han hecho del móvil un objeto cotidiano y necesario. Les ha permitido estrechar los vínculos con su círculo de amigos y sentirse parte de un grupo cohesionado y presente en todo momento. Requieren buena señal de redes y un equipo cómodo y fácil de usar. Tienen una capacidad de consumo relativa (dependiente de los padres) y un nivel elevado de apropiación de esta tecnología.

**Usuario básico o “por si pasa algo” (uso medio):** Son principalmente hombres profesionales que trabajan indoor (p.ej. abogado). Tienen entre 25 y 45 años. Por su trabajo requieren estar ubicables en forma directa, pero se comunican principalmente por teléfono fijo y correo electrónico. Utilizan el móvil para situaciones puntuales y con objetivos limitados. Si bien también valoran la posibilidad de comunicarse con la familia o con amigos, no son intensos en ese tipo de comunicación. Son personas que están sometidas a un flujo considerable de información y usan el móvil básicamente para hablar. No le piden gran sofisticación a su móvil, sino más bien que sea amigable y eficiente, es decir, fácil de usar, con pocas aplicaciones, pero con una buena señal de redes y un aparato que otorgue comodidad. Tienen capacidad de consumo y un nivel intermedio de apropiación, pero están abiertos a una futura apropiación mayor de esta tecnología.

---

**Usuario "reticente" (uso bajo):** Son trabajadores que siguen rutinas relativamente estables o personas mayores, a quienes les regalaban el móvil o lo adquirieron por una motivación ajena a sus deseos. Lo tienen sólo para emergencias, o por asuntos estrictamente laborales, pero les incomoda usarlo. No han "enganchado" con la tecnología, pero valoran su utilidad. Lo utilizan básicamente para hablar y no le piden mayores aplicaciones. El estar comunicados en forma permanente ha representado una nueva experiencia que aún no internalizan, pero que poco a poco se va haciendo cotidiana. Tienen una capacidad de consumo relativamente baja y un bajo nivel de apropiación de esta tecnología.

Antoine, P (2004) propone una agrupación de los usuarios consumidores;

**Uninvolved:** Son aquellos que hacen sólo un uso limitado de sus terminales móviles y no están interesados en nada más. Consideran un teléfono móvil simplemente como una herramienta de comunicación y, por tanto, esperan que sea fácil de usar. Su uso está restringido a unas pocas llamadas por mes y poseen teléfonos con funcionalidad limitada. Estos usuarios son mucho mayores que el promedio. Este grupo es importante en Europa.

**New life harmony:** Estos usuarios saben y están informados acerca de los teléfonos móviles, pero hacen sólo un uso limitado de sus terminales. Para ellos, los teléfonos móviles se han convertido en parte de la vida cotidiana y ya no están de moda. Por ejemplo, si los últimos modelos tienen un auricular bluetooth no tienen ningún interés en las nuevas características. Ellos son más jóvenes que la media. Este grupo se encuentra principalmente en Europa.

**Voice as a link:** Este tipo de usuario, que tiende a ser un "show-off", se centra en los aspectos emocionales de utilizar un teléfono móvil. Se permiten compartir emociones con los demás, a veces sin razón en particular. Su uso está centrado en la voz. Aunque ante la curiosidad acerca de las nuevas características se comportan como un "pasivo seguidor", las nuevas funciones no las percibe como una necesidad real. Ellos son mayores que la media. Este grupo se encuentra principalmente en Asia.

---

**Adopters:** Son los usuarios pragmáticos que consideran teléfono móvil como una herramienta práctica. Ellos muestran un fuerte vínculo personal con su teléfono. Aunque su uso es básico, es considerable. Ellos están dispuestos a adoptar nuevas características que respondan a sus necesidades. Este grupo es más importante en Asia.

**Intense:** Estas personas consideran que sus móviles son un vínculo indispensable para sus familiares. Su teléfono es, ante todo, una herramienta de comunicación, y con un uso del SMS por encima de la media. Ellos son los usuarios expertos con un fuerte interés en las nuevas funciones, y son mucho más jóvenes que la media. Este grupo es más importante en Asia.

**Forerunners:** Estos son usuarios apasionados que esperan que sus teléfonos móviles reflejen su personalidad. Ellos son casi adictos a sus teléfonos móviles y por lo general sus dispositivos son más equipados con alta tecnología. Estas personas utilizan todas las características del teléfono y hacen llamadas frecuentes, utilizando su teléfono tanto para comunicaciones de voz y mensajería de texto. Su teléfono ya no es simplemente una herramienta de comunicación, es un dispositivo multimedia. Ellos son mucho más jóvenes que la media. Este grupo es más importante en Asia.

Otras tipologías:

**Usuarios de fin de semana:** Aquellos usuarios que usan el móvil solamente para quedar con sus amigos, no lo necesitan en el día a día para hacer llamadas de trabajo. Un usuario tipo que realiza 4 llamadas al día, de una duración media de 4 minutos. Además envía un par de SMS diarios.

**Usuarios a diario:** Lo usa a todas horas y casi todos los días. Es un usuario tipo que realiza 10 llamadas al día, a fijos y móviles. Además envía 2 SMS diarios y usa menos el móvil el fin de semana.

---

**Usuario Total:** Usan el móvil de manera intensiva, tanto en el trabajo como fuera de él. Un usuario tipo hará 20 llamadas diarias y enviará 4 SMS. Además usa el móvil constantemente tanto el fin de semana como de lunes a viernes.

**Usuario Grupos:** Aquél que suele llamar a las mismas personas, especialmente su uso se concentra en su familia.

**Usuario Gran volumen de datos:** Aquél que hace un uso intensivo de Internet móvil.

La Industria se ha acostumbrado a crear sus propias segmentaciones y tipos de usuarios para focalizar sus ventas. Nokia (2006) propuso una serie de modelos de teléfonos para distintos tipos de usuarios, fundamentalmente dependiendo del grado de identificación de las personas con el móvil o con las aplicaciones móviles y las motivaciones detrás de la adquisición del dispositivo, desde lo racional a lo aspiracional.

Identifica, por ejemplo, a los "líderes tecnológicos" y "líderes pragmáticos", ambos con alta identificación con el móvil, aunque con actitudes diferentes en cuanto a lo aspiracional de la marca o el modelo deseado, pero con limitaciones para su adquisición, bien por precio o por disponibilidad. También observa al "joven pionero", el usuario con más potencial para explotar las tecnologías emergentes, hasta una "senior comfortable", ejemplificada como una ama de casa madura que encuentre satisfacción a sus requerimientos en el portafolio de Nokia.

La compañía Finlandesa propone cuatro categorías para comercializar sus productos: *Live*, *Connect*, *Achieve* y *Explore*. *Live*: Basada en la inspiración y expresión, diseño y estilo. En esta categoría está por ejemplo, el Nokia 8800 Y 8801. *Connect*: Los dispositivos de este segmento son simples, fáciles de usar, ofrecen beneficios claros y un estilo distintivo, por ejemplo el Nokia 6131. *Achieve*: Este grupo fue creado para desarrollar soluciones empresariales y de negocios, dispositivos como los de la "Serie E". *Explore*: Innovación y



---

descubrimiento son los principales atributos de sus dispositivos multifuncionales y convergentes y multimedia de la "Serie N" como N80 y N91.

Un ejecutivo puede usar un teléfono empresarial de la categoría "Archieve", asociada a la sub-marca E Series, durante la semana y cambiarse a un modelo con reproductor MP3 y otras características relacionadas con el entretenimiento los fines de semana. Aquí la lógica es que con un usuario debería portar más de un dispositivo, dependiendo de la situación y de la función que cumple.

Por su parte, la empresa "Little Springs Design" propuso una taxonomía para clasificar los dispositivos móviles más cercanos a la idea de pequeños ordenadores, quitándole relevancia al mismo término "teléfono". Su propuesta es: Profesional (General purpose work devices); Entretenimiento (General purpose entertainment devices); Comunicaciones y control (Communications and control devices) y Especializados (Specialized devices). En Estados Unidos esta clasificación ha tenido cierto impulso, sobretodo con los Smartphone y las Blackberry.

Finalmente, Google también tiene su clasificación, en función de las utilidades Web del teléfono móvil y los patrones de uso, clasificó a los consumidores en tres categorías. El usuario "**repetitive now**" es alguien que consulta una y otra vez la misma información, como son las cotizaciones de bolsa o la previsión meteorológica. Los usuarios "**bored now**" son los que disponen de tiempo: gente que viaja en tren, espera la salida de su vuelo en el aeropuerto o está sentada en una cafetería. Este perfil se parece a quienes navegan ocasionalmente por la Web, pero tiene el problema de que los teléfonos móviles no ofrecen las mismas posibilidades de introducción de datos que un ordenador, de modo que hay que adaptar las aplicaciones. El usuario "**urgent now**" es el que busca algo en concreto y lo quiere ya, como la ubicación de un comercio o la ruta para llegar al aeropuerto. Dado que muchas de estas consultas dependen de la ubicación, son los que más ocupan los sistemas de geolocalización de las versiones móviles.

## ¿POR LA EDAD LO RECONOCERÁS?

Un Inmigrante Digital, según Prensky, autor de "Digital Natives, Digital Immigrants"(2001) y "Do They Really Think Differently?" (2001), Aprende -como todo inmigrante, algunos mejor que otros- para adaptarse a su ambiente, conservando hasta cierto punto, su "acento", es decir mantiene un pie en el pasado" (2001:1). Este "acento", al que hace referencia el autor, es posible observarlo en amplias y determinadas situaciones, como por ejemplo, cuando primeramente se lee el manual antes de usar un teléfono móvil, quizás por una desconfianza o desconocimiento. Otra expresión de este anclaje es imprimir los mails para leerlos y no leerlos directamente desde la pantalla. En una actitud similar, muchos prefieren escribir en el papel lo que más tarde transcribirán en el procesador de textos. Otros, cuando se sienten atraídos por un sitio Web, prefieren llamar por teléfono a sus amigos y contarles en vez de enviarles la dirección URL por correo.

La visión que nos proporciona Prensky es un tanto restringida, pues está haciendo una interpretación estática de un fenómeno dinámico. Prensky y otros, ligados fundamentalmente a los temas de formación, competencias y gestión educativa, afirman que las personas mayores se han sociabilizado de manera distinta que sus nietos, teniendo que aprender un nuevo idioma, el de las nuevas tecnologías. Lo que hace difícil asimilarlo tras un tiempo, porque su internalización será un tanto forzada. Con esto quieren indicar que el profesor, el abuelo, los mayores son unos outsiders. Es cierto, hoy el profesor se enfrenta a unos alumnos que manejan otros códigos, donde el audiovisual ha sido el instrumento por donde se han enterado de la realidad (Prensky, 2001:7-9).

Así, en un proceso de migración cultural, por ejemplo, los niños nacidos en cualquier nueva cultura aprenden el nuevo idioma fácilmente, y lo combinan, dada la situación, con el idioma de procedencia. Por lo general, sobretodo en el ambiente familiar, los inmigrantes adultos vehiculizan su aprendizaje a través de sus propios hijos, "los inmigrantes adultos gastan la mayoría de su tiempo en elevar quejas que hacen ver las cosas buenas que tenía el país de origen" (Prensky, 2001:10-11).

---

Hay varias afirmaciones que observar. La primera, si acaso es pertinente situar en niveles distintos, por tanto con una valoración diferente, a quienes son designados como nativos y como inmigrantes digitales. ¿Son verdaderamente distintos? ¿Sus lenguas son distintas o su técnica es diferente? Lo segundo, ¿proviene de culturas distintas?, tal como es planteado pareciera que se estuviese ante los primeros cuadernos de campo de Malinowski, Lèvi – Strauss, Malvin Harris, Clifford, Gauss o Evans-Ritchard que hubiese un cruce entre civilizaciones. Lo tercero, es el peso relativo del aula suficiente para caracterizar a unos y otros de calificativos dicotómicos.

La aproximación que realiza Prensky es de un severo determinismo tecnológico. Además, emplea el concepto de "inmigrante" como un vocablo poco acogedor, lo utiliza para separar, para mostrar su poca solidaridad. Instala la idea de superioridad, los nativos debieran acoger a estos "pobres viejos" inmigrantes, a esos "otros", a esos "huéspedes" que parecieran venir de un rincón inhóspito del mundo.

Se impone la obligación de desprenderse del pasado, de esos "acentos", de sus biografías, de su historia, de su identidad. La vida de las personas mayores debe ajustarse al uso de las nuevas tecnologías. de la Torre (2007 citado por Freire, 2007) define "el complejo de Mark Prensky" para criticar a aquellos que presentan la brecha entre supuestos nativos y el resto de la población como una propiedad inalterable y que por tanto condena a los "no nativos" a la inadaptación y a un futuro de ostracismo social. "Lo más preocupante del concepto es que construye una brecha que quizás no existe. Una brecha generacional entre quienes no existe tal distancia. Más que reunir, el concepto separa. Usando como criterio diferenciador la edad, se elaboran dos categorías para separar a quienes en muchas ocasiones desarrollan las mismas prácticas: profesores y alumnos que bloguean y se leen mutuamente, wikipedistas con edades entre los 16 y los 96 años, padres e hijos que comparten fotos en Internet ¿Es realmente la edad un elemento fundamental en el tipo de prácticas digitales? (Estalella, 2007 citado en Freire, 2007:2).

---

“Basta con revisarlo dos veces para ver que la edad no es relevante. Es decir, que saber la edad de una persona no nos dice nada sobre las prácticas digitales que desarrolla. Será nativo digital si además de la edad vive como un digital, es una tautología. Vive como un digital es nativo digital. Vaya. Y ¿qué tal si sólo nos fijamos en las prácticas?, en lo que hace, porque por la edad parece que no es una categoría significativa en lo que se refiere a la relación con la tecnología” (Estalella, 2007, citado en Freire, 2007:3).

“Es de un determinismo tecnológico redoblado porque además nos dice que no todos sufrimos el mismo “impacto” de la tecnología: nuestra edad es importante. No parecen tomarse en cuenta, sin embargo, ni el tipo de tecnología (Internet, videojuegos, móvil, etc.), el contexto (colegio, hogar, trabajo), los objetivos de las prácticas (lúdicos, laborales, etc.), etc. para explicar el tipo de prácticas, es decir, parece que lo fundamental es el año en el que uno ha nacido, más que los contextos locales de las prácticas” (Freire, 2007).

Por tanto, la edad no parece un elemento determinante y en todo caso solo actuaría como facilitador dado que evidentemente por su propia historia vital los usuarios más jóvenes han estado expuestos desde fases más tempranas a la tecnología digital. Esto provocaría una cierta correlación entre edad y comportamiento, pero no la brecha insuperable y determinista que parecen proponer Prensky y otros (Freire, 2007).

En todo caso, siguiendo el juego de Prensky, la diversidad que aportan los inmigrantes digitales puede y debe ser un elemento positivo para enriquecer la sociedad de la información; sin embargo, hablar de inmigrantes evoca un problema, una incomodidad, nuevamente el viejo como una carga. Aquellos usuarios que provienen de las generaciones pasadas, que no nacieron en pleno auge del IPOD y la consola, constituyen y son una oportunidad, son portadores de habilidades y destrezas que con seguridad resuelven los problemas personales y sociales de manera más eficiente. Los inmigrantes, en general, proporcionan a la sociedad que los acoge la posibilidad de tener una visión más completa y enriquecida. Si hiciésemos caso a Prensky y todos

---

fuésemos nativos digitales no podríamos ofrecernos nada unos a otros. Si todos fuésemos convocados por lo que plantea Prensky, el mundo digital sería una gran guardería, donde inevitablemente se necesitarían de "jubilonautas".



## CAPÍTULO IV

# ESTRATEGIA METODOLÓGICA

“Las personas actúan respecto de las cosas e incluso respecto de las otras personas sobre la base de los significados que las cosas tienen para ellos. De modo que las personas no responden simplemente a estímulos o exteriorizan guiones culturales.

El significado es lo que determina la acción.”

(S.J. Taylor, 1987:20)

## LA COMPLEJIDAD DE LA OPCIÓN CUALITATIVA

Paradigmas, enfoques, métodos, técnicas e instrumentos suelen estar en una tensión ética y operativa, dado que los campos epistemológicos se disputan el valor y la prevaencia de ser el más adecuado para interrogar la realidad y producir conocimiento (Meza, 2002). Confrontación entre enfoques, uno versus el otro, cuantitativo contra cualitativo, uno u otro. La encrucijada del investigador, si optar por técnicas experimentales, aleatorias, cuasi-experimentales, tests “objetivos”, análisis estadísticos, multivariados, estudios de muestra, etc; o elegir la etnografía, los estudios de caso, las entrevistas en profundidad y la observación participante y la investigación-acción (Cook y Reichardt, 1995).

Para acceder a ellos, al campo, al objeto, a los sujetos, es necesario hacerlo a través de una estrategia “como un marco explicativo que sirva para comprender la estructura básica que articulan los procedimientos de indagación y comprensión sobre los factores y elementos que subyacen en un entorno social, complejo, interdependiente y en continua vorágine de cambio, siendo necesaria la interrelación analítica de varios procedimientos de investigación” (Denzin y Lincoln, 2005:23).

En un primer nivel están los paradigmas, “entendidos como el conjunto de creencias y actitudes, como una visión del mundo “compartida” por un grupo

---

de científicos que implica una metodología determinada" (Alvira, 1979:20). En las investigaciones de cuño cualitativo, lo importante, es la perspectiva de los sujetos sociales, es decir, captar las propias definiciones del sujeto frente a la realidad social en su conjunto o parte de ella viendo el significado que los mismos le otorgan, de forma tal que el análisis parte de la información recogida de manera flexible sea observacional, expresada oralmente o bien gestualmente.

Para el paradigma interpretativo la realidad es múltiple, intangible y holística, es la comprensión de las relaciones internas y profundas, los valores del investigador ejercen influencia en el proceso y que estos deben estar explícitos. Se parte de una interacción entre el sujeto que conoce y el objeto de conocimiento. En el paradigma crítico el investigador es al mismo tiempo objeto de la investigación.

No es fácil decidir sobre cuál será la estrategia metodológica más apropiada, pues ésta tiene directa relación con el propio objeto de estudio y de las variables subyacentes y de las imprevisibles, lo que también impactará en la forma de realizar las interpretaciones posteriores. "Un objeto de investigación, por más parcial y parcelario que sea, no puede ser definido y construido sino en función de una problemática teórica que permita someter a un sistemático examen todos los aspectos de la realidad puestos en relación por los problemas que le son planteados" (Bourdieu, 1975: 54).

Interpretar resulta complejo de abordar, ya que tanto el observador como aquello observado se disputan un lugar en un escenario compartido, en donde subyace una intencionalidad de colocarse en qué lugar del proceso de interacción. No es suficiente declarar la intención de observar, sino que desde dónde se quiere observar, a quién y dónde y de cómo se plantea la experiencia comunicativa y el propio proceso de interacción. No es un juego de azar el lugar desde donde se coloca el observador, ni tampoco es fortuito, pues no sólo está en juego el proceso mismo de observador-observado, sino que el producto comprensivo, de sentido y significado, que se genere a propósito de esa relación. Es poder interpretar el cruce de la



---

intersubjetividades en juego en el proceso comunicativo y de los campos simbólicos que emergen de ese vínculo. De ahí, que al estar en juego las intersubjetividades, tanto del observador como del observado, y de las que es imposible desprenderse por más que exista una declaración inicial que busque interpelar la realidad desde la neutralidad y que se persiga que sea el objeto mismo el que hable, pero al estar en un proceso de interacción, no es posible la imparcialidad, de ahí que la interpretación sea un proceso técnicamente contaminado.

Esta investigación exploratoria y descriptiva se realizó básicamente a partir de una metodología cualitativa, una aproximación para observar, describir, comprender y descubrir la experiencia vivida por las personas mayores que son usuarias de la telefonía móvil, tal como ellos la sienten y expresan. Es decir, teniendo en cuenta que son los partícipes de una situación quienes están capacitados para identificar y definir los elementos más relevantes de ella. En consecuencia, los fenómenos bajo estudio se asumen desde un proceso interpretativo, en orden a “mirar la realidad”, en términos de los significados y sentido que los propios usuarios de la telefonía móvil les adscriben. Asimismo, el trabajo de campo se desarrolló en locaciones naturales, esto es, en lugares y circunstancias donde y en las cuales transcurre la vida cotidiana de los usuarios que han adoptado el teléfono móvil, en los ambientes donde se desarrolla su experiencia y en sus propios tiempos.

Lo que las personas dicen y hacen es una derivación de cómo interpretan el mundo social, es decir, la conducta humana depende del aprendizaje más que del instinto biológico. Estos comunican lo que aprenden a través de símbolos, el más común es el lenguaje, que consta de sonidos y gestos arbitrarios y físicos a los que, de mutuo acuerdo, atribuyen un significado a lo largo del tiempo. La tarea del investigador, en este contexto, es captar la esencia de este proceso para interpretar el sentido atribuido a los diferentes símbolos. Por tanto, la interacción humana constituye la fuente central de datos, de este modo el peso de la investigación recae en la “capacidad de las personas (empatía) para captar a los demás y sus conductas, convirtiéndose en el elemento central para entender como funcionan las

---

interacciones sociales" (Blummer, 1969:26) (acción con sentido simbólico). El sentido de una situación y el significado de los actos dependen de cómo los mismos sujetos definen esta situación.

La metodología cualitativa se fundamenta en el descubrimiento y la comprensión de significados personales; también se basa en la idea de que es válida la construcción intersubjetiva de la realidad. Esta metodología se realiza sobre el estudio de casos individuales y no pretende llegar a generalizaciones ni pretende transferir resultados de una situación a otra (Cook y Reichardt, 2000). Se define como una metodología de comprensión personal y de introspección, es decir, a través de ésta es factible que el usuario pueda reconocer las causas de los fenómenos que observa en la realidad.

Cuando se busca comprender el comportamiento de los sujetos implicados en un proceso, intentando captar el marco en su totalidad, las interacciones y significados entre los sujetos, sin dejar de lado variables imprevistas que afectan los posibles resultados, lo más apropiado es partir del enfoque cualitativo. En la perspectiva cualitativa se destaca la descripción de los hechos observados para interpretarlos y comprenderlos en el contexto global en el que se producen, con el fin de explicarlos. El peligro de este enfoque está en la posibilidad de que el investigador permanezca en el nivel discursivo, especulativo, anecdótico y personal, sin llegar a explicar el hecho observado (Valles, 2000).

Desde el punto de vista filosófico, el paradigma cualitativo parte de que la realidad en que vivimos está profundamente afectada por los valores, creencias y experiencias de los seres humanos; esto afecta nuestra observación de la realidad y la forma en que hablamos de ella. Se asume que los individuos tienen una parte de la verdad o una forma de concebirla. Tanto el investigador como el investigado tienen parte de ella y su interacción puede permitirnos ampliar la concepción que tenemos de la realidad. Cada uno de los sujetos tiene su propia historia del tema que estamos buscando, si queremos abarcarla lo más posible es necesario preguntarla a los participantes. La

---

subjetividad del método cualitativo no es una debilidad, sino una de sus fortalezas.

Lo que el investigador cualitativo persigue es la coherencia de los relatos que intentan hablar de la realidad. Cuando decimos que comprendemos algo, lo hacemos siempre desde un punto de vista; por esto, la razón que nos expresan nuestros informantes la tomamos como un punto más de lo que estamos buscando. No es una razón fuera del tiempo, sino en el sujeto que la expresa (Rorty, 2002: 145).

El análisis cualitativo surge de aplicar una metodología específica orientada a captar el origen, el proceso y la naturaleza de estos significados que brotan de la interacción simbólica entre los individuos.

La complejidad investigativa de asumir esta opción metodológica busca resolverse combinando una perspectiva émica y ética (Pike, 1954: 49), fundamentalmente desde lo que saben los miembros de una cultura como "insiders", es decir como participantes internos de la misma (captar el significado particular que a cada hecho atribuye su propio protagonista y de contemplar estos elementos como piezas de un conjunto sistémico) y lo que conoce el investigador "outsiders", es decir como explorador ajeno que se pone en contacto con ella; vale decir, el hecho social objetivo y el significado personal subjetivo.

Con todo, el método interpretativo es un intento de combinar un análisis intenso de detalles finos de la conducta y su significado, en la interacción social de cada día, con análisis del contexto social más amplio (el campo de las influencias sociales) dentro del cual ocurre la interacción personal. Por tanto, el principio guía de esta investigación cualitativa es observar de primera mano el desarrollo de los fenómenos sociales, asumiendo un procedimiento más inductivo que deductivo, es decir desde lo más detallado y próximo a los hechos. Puede o no descubrirse determinados patrones, por tanto las generalidades serán elaboradas sólo tentativamente a partir de los datos recogidos y en función de la capacidad específica de interpretarlos. Así

---

mismo, el factor de proximidad es determinante, sobretodo en la observación de casos concretos y del comportamiento de los individuos en las actividades que a ellos mismos les interesan. Finalmente, la investigación tiene que descubrir la estructura, no imponerla, reconociendo los significados y los contextos en que los actos resultan situacionalmente relevantes, con el fin de construir una explicación proveniente del resultado de la costumbre, las circunstancias concretas y de la interacción social, pero teniendo claro que, para este estudio, el descubrimiento y la exposición son objetos de investigación más significativos que la explicación y la predicción.

"Cada sujeto co-construye, en la experiencia vivida y compartida, una idea de realidad, una idea de verdad, una idea de error y una idea de normalidad. Estas ideas orientan sus esquemas de acción, su modo de vivir su entorno" (Lahitte 1989:87). Este posicionamiento nos aleja de todo "esencialismo", preocupándonos más bien del "cómo" se producen determinadas significaciones, es decir cómo se construye en un sujeto una determinada visión de la realidad. Ello implica necesariamente privilegiar el punto de vista interno de las personas, lo "emic", frente al punto de vista externo, lo "etic". El punto de partida será la visión de los sujetos, sus categorizaciones, valoraciones y percepciones, y la tarea del investigador, la de interpretante de lo interpretado por los sujetos.

Esta perspectiva busca comprender el proceso interpretativo de las acciones humanas (Alves, 1993), y se puede contrastar con otras perspectivas de las ciencias sociales más estructurales, que colocan entre paréntesis las experiencias de los actores sociales en la búsqueda de ejemplos que den cuenta de los aspectos conceptuales pre-definidos.

En torno a este posicionamiento queremos hacer algunas reflexiones, en particular de la idea de "objetividad". En sentido estricto, la objetividad en los análisis cuantitativos se refiere a la correspondencia entre los datos y los resultados, y a su vez el "dato" es considerado reflejo del "hecho empírico". Si se lleva este criterio al análisis cualitativo, el ideal de objetividad implicaría el conocimiento de la realidad "tal cual es" (una realidad objetiva). La

---

intervención del investigador en el proceso de conocimiento no es incorporado, sino se parte de una supuesta neutralidad del mismo, neutralidad que no existe.

El desarrollo de la Etnometodología (Garfinkel, 1967), a través de la teoría de la acción social, la naturaleza de la intersubjetividad y la constitución social del conocimiento, representan una crítica al paradigma neo-kantiano, el realismo analítico. Este paradigma se basa en el supuesto que el conocimiento del mundo externo se logra aplicando cánones lógico-empíricos de la investigación científica. Por tanto define a la etnometodología como "el estudio de los modos (conscientes o inconscientes) en que los actores sociales utilizan sus conocimientos para reconocer, producir y reproducir las acciones sociales y las estructuras sociales, cómo analizan sus circunstancias y pueden compartir una comprensión intersubjetiva de ellas" (1967: 23).

Uno de los problemas centrales desde este planteamiento fue el desarrollo de metodologías que permitan "tratar las propiedades racionales de las actividades prácticas como antropológicamente ajenas, dar a las actividades más comunes de la vida cotidiana la atención normalmente reservada a los acontecimientos extraordinarios, capturar los procesos de construcción y negociación de la realidad" (Garfinkel 1967:9). Ello requiere una fuerte atención, sostiene el autor, sobre el uso del lenguaje, grabación de las conversaciones, cuidadosas descripciones etnográficas de las escenas de interacción, identificación de los conocimientos de sentido común usados por los sujetos estudiados y por el investigador para comprender el sentido de las acciones de los sujetos. Sostiene que el lenguaje es puramente connotativo, es decir que las significaciones se vinculan con contextos específicos, es indexical. La indexicalidad del discurso no es una imperfección del lenguaje, o irrelevante respecto al funcionamiento social, sino más bien un elemento que caracteriza profundamente el trabajo de construcción de la realidad llevado a cabo por los sujetos.

---

## UNA ESTRATEGIA CONVERGENTE

Siguiendo con la línea expositiva, el segundo nivel de la estructura viene determinado por la metodología de investigación social, es decir, el conjunto de preceptos teóricos anteriormente vinculados a los paradigmas o a las Teorías Generales, que se materializa en un "camino", en un método de acción. El "método se refiere a las diferentes técnicas de investigación que emplea cualquier investigador con el fin de construir los datos e interrogar a sus fuentes" (Gray, 2003:43).

Según la Real Academia Española, método es el "procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla", mientras que por metodología algunos autores entienden el "modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas, [lo que] en ciencias sociales se aplica a la manera de realizar la investigación" (Taylor & Bogdan 1992: 15).

No debe olvidarse, sin embargo, que como la metodología no es neutral, o sea lleva consigo una manera de entender el mundo (o un trasfondo teórico y/o ideológico a través del cual se lo percibe y mediatiza), la opción que se haga supondrá un filtro necesario de tener en cuenta a la hora del diseño de la investigación y la recolección e interpretación de la información.

El método sería un "raciocinio aceptado para admitir o rechazar un hecho verdadero, mientras que la técnica es el instrumento que se utiliza para la recolección, tabulación e interpretación de datos" (Barrantes, 1999:21). "Las prácticas de investigación implican permanentes tomas de posición y decisiones por parte de los investigadores; las técnicas, los métodos y la teoría, se constituyen en cada proceso de investigación y de acuerdo con las particularidades del objeto de estudio. Por tanto, las técnicas se encuentran subordinadas a la teoría en un proceso de construcción y subordinadas a los procesos de reformulación de la problemática de investigación, la cual orientará la selección de técnicas más apropiadas para construir datos" (Pedone, 2000:11). De acuerdo con estas definiciones, lo que está de fondo no es el método en sí mismo, sino el enfoque, las estrategias conceptuales y analíticas.

---

Suele ser la Etnografía objeto de críticas por considerarse ligera y no representativa, por lo que se prefiere usar a gran escala encuestas por muestreo. Sin embargo, en una investigación cualitativa etnográfica ésta tiene sus propios criterios de validez que no son cuantitativos. Se ocupa de la rica textura de la vida cotidiana, de las diferencias y diversidad de la cultura, de los matices y complejidades de la vida cotidiana. Cuando se hace así, esto funciona mejor que el estudio de actitudes y encuestas de opinión, aunque métodos cualitativos y cuantitativos puedan complementarse entre sí y pueden combinarse perfectamente en un proyecto.

Es aconsejable, entonces, para explorar la manera en que el teléfono móvil está integrado en la mayoría de las rutinas típicas de la vida cotidiana. Con este fin, la investigación etnográfica es la adecuada (McGuigan, 2005). En general, el análisis de la tecnología y el sentido que tiene en la vida de todos los días, suele ser invisible y pasar desapercibido a menos que se adopte un análisis desde un micro enfoque.

La Etnografía es un método pertinente para acercarse a la cultura y la identidad en los estudios sobre los nuevos medios de comunicación, fundamentalmente por tratarse de un área de investigación interdisciplinaria que indaga sobre las relaciones objeto/sujeto, su contexto cultural y las preguntas de la construcción de identidad. "Por lo que está en juego en estas innovaciones técnicas y tecnológicas (...) implica un amplio y extenso cambio en la cultura, en la forma en que se estructuran las identidades "(Poster, 1995:12).

"La Etnografía es una forma de mediación, que, a través de un segundo orden textual, ofrece una representación cultural del mundo que está abierto a múltiples lecturas. "(Banks 1995:5). La "Etnografía ha sido un factor clave en la motivada y detallada atención a los contextos de diseño y de uso, como para cuestionar la opinión de que las tecnologías tienen características inherentes". (Hine 1998:22). "El objetivo es desarrollar los medios para estudiar no sólo cómo la gente usa las tecnologías, sino también las prácticas que hacen de los usos significativos en los contextos locales" (Hine, 1998:23).

---

Por ejemplo, Catania (2005) en su trabajo sobre el uso del teléfono móvil entre adolescentes y luego de los resultados obtenidos a través del método etnográfico dice que "La posesión de un teléfono móvil no es una cuestión individual, ni lo es en la forma de utilizarlo: ambos son culturalmente definidos por las prácticas socialmente compartidas a través de la cual los adolescentes construyen su identidad y su comunidad." "El uso del teléfono móvil transforma los "no lugares" en lugares significativos, ya que se utilizan para tranquilizar a los vínculos sociales". El "Uso del teléfono móvil invierte la noción de familia como un lugar privado, como ahora la familia se convierte en un lugar público, lo que permite la vida privada únicamente cuando se ponen en contacto con los compañeros en la intimidad del dormitorio". "Exhibir el uso de la telefonía móvil en la escuela lo define como un contexto de socialización, un ámbito social donde uno pueda desempeñar el papel de líder de un grupo de pares. Hacer o recibir llamadas en frente de los amigos o compañeros se convirtió en un apoyo a la construcción de la identidad." "Los teléfonos móviles facilitan la construcción de la vida cotidiana en forma coordinada y mutua". "El teléfono móvil se ha convertido en el vínculo social" (Catania, 2005:(11-22)).

La indagación se llevará a cabo por medio de trabajo de campo etnográfico. De acuerdo con la noción de cultura que sirve como fundamento, la Etnografía se entiende como "los procesos y productos de investigación que documentan lo que la gente sabe / conoce, siente y hace de modo que sitúa esos fenómenos en tiempos específicos en la historia de las vidas individuales, incluyendo los eventos y procesos globales pertinentes" (Marcus, 2000). El énfasis en la vivencia individual se desprende de la noción de que, en la realidad social y cultural humana, sólo los individuos aprenden, encarnan y generan los datos culturales. Cada uno de nosotros, como personas sociales y culturales, configura ideas, conductas y emociones particulares para dar sentido al mundo, a partir de nuestras experiencias únicas de vida. Según esto, resulta indispensable tener en cuenta, por ejemplo, cuándo nacimos, dónde nacimos y hemos sido criados, y con quién/es hemos interactuado, de qué maneras y qué hemos experimentado durante nuestra vida en tiempos y lugares específicos.



---

Entonces, a partir de lo anterior, una indagación exploratoria que pretenda aproximarse al desarrollo global del proceso, dado por los usuarios de la telefonía móvil, debe ir más allá del registro y la medición de indicadores. El trabajo de campo proporcionará información sistemática, cualitativa (en términos de los significados internos de la experiencia) y cuantitativa (en términos de variables, relaciones entre variables y tendencias), en base a la cual se formularán interpretaciones sucesivas y acumulativas, a nivel de la pertenencia a categorías estructurales, ampliando y ahondando el conocimiento, con fines prospectivos y de proyección.

La Etnografía es la interacción entre el contexto cultural y los significados y convenciones que le dan sentido al comportamiento de la vida cotidiana, permitiendo observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología. En su forma básica, "la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan e los procesos sociales de ese mundo" (Hine, 2004:13).

El objetivo es hacer explícita ciertas formas de construcción de sentido de las personas que poseen la experiencia de usar el teléfono móvil. La experiencia del usuario es crucial. Es a partir de ésta donde es posible otorgar significado y situarlo en un escenario de relaciones. Sobre todo, por la "creciente simbiosis contemporánea entre el ser humano y la máquina, de la que se deriva el no menos trascendental proceso de exteriorización de la subjetividad (...) y que configura en gran medida los procesos de construcción de la identidad en el seno de nuestras sociedades multimediáticas" (Català, 2005:548).

La indagación no siempre significa contestar exactamente a aquellas preguntas que fueron formuladas en el comienzo del proyecto. Quizás no se respondan, incluso puede ser que las mismas preguntas sean más interesantes que las posibles respuestas (Lévi-Strauss, 1955) A veces las preguntas más interesantes se encuentran al final de la investigación.

---

En concreto, como estrategia investigativa se plantea cotejar a los usuarios en situaciones dinámicas.

## **ETNOGRAFÍA MÓVIL**

### **SUJETO Y OBJETO MÚLTIPLEMENTE SITUADO**

El teléfono móvil y los sujetos transitan juntos, por diferentes situaciones, delineando distintas trayectorias, configurando un extenso lienzo e interacciones y donde circulan distintos significados, todo ello en un espacio multi-situado, varios contextos en un tiempo-espacio yuxtapuesto. El trabajo del etnógrafo ha sido descrito como estar en dos lugares a la vez (Pearson, 1993), cuando la etnografía se ocupa de la comunicación móvil también tiene que dar cuenta de una presencia simultánea en dos espacios distintos, el espacio físico donde se encuentran los usuarios y el de la conversación telefónica.

La observación permite elaborar un mapa, un plano de movimiento y descubrimiento de realidades fracturadas y discontinuas, trazar la circulación a través de diferentes contextos de un objeto explícitamente material, plantear lógicas de relaciones, traducciones y asociación entre estos sitios. Así, en la etnografía multilocal (Marcus, 2001), la comparación se efectúa a partir de plantear preguntas a un objeto de estudio emergente, cuyos contornos, sitios y relaciones no son conocidos de antemano, pero que son en sí mismos una contribución para realizar una descripción y análisis que tiene, en el mundo real, sitios de investigación diferentes y conectados de manera compleja.

El objeto de estudio es una instancia móvil y múltiplemente situado. Cualquier etnografía que pretenda dar cuenta de ello tendrá una dimensión comparativa que le es constitutiva en la forma de yuxtaposición de fenómenos que convencionalmente han parecido como (o, conceptualmente, han sido mantenidos como) "mundos aparte" (Marcus, 2001). La comparación se reintegra al mismo acto de especificación

---

etnográfica a través de un diseño de investigación basado en yuxtaposiciones, en el cual lo global se colapsa en, y es vuelto parte integral de, situaciones locales paralelas y vinculadas entre sí, más que como algo monolítico o externo a ellas (Marcus, 2001).

La modalidad más usual de la etnografía mantiene la observación fija y la participación etnográfica intensamente centrada sobre una localidad, al tiempo que desarrolla por otros medios y métodos el contexto del sistema mundo. El éxito de la investigación se jugaba en la medida que el observador pasaba más tiempo contemplando su objeto de estudio. Sin embargo, la circulación de significados, objetos e identidades culturales en un tiempo-espacio difuso no implica permanecer largas horas frente a lo que se quiere observar, sino que en reconocer las trayectorias, por donde se mueve y como se es abordado etnográficamente más allá de una sola localidad intensamente investigada.

De ahí que una estrategia de investigación que se plantee en múltiples sitios debe reconocer lo macro y las narrativas sobre el sistema mundo, pero no depende de ellos para delinear la arquitectura contextual en la que están en marcados los sujetos (Marcus, 2001). Esta etnografía móvil toma trayectorias inesperadas al seguir formaciones culturales a través y dentro de múltiples sitios de actividad que desestabilizan la distinción, por ejemplo, entre mundo de vida y sistema (Holub, 1991, citado por Marcus, 2001), distinción a partir de la cual se han concebido múltiples etnografías. Del mismo modo en que esta modalidad investiga y construye etnográficamente los mundos de vida de varios sujetos situados, también construye etnográficamente aspectos del sistema en sí mismo, a través de conexiones y asociaciones que aparecen sugeridas en las localidades (Marcus, 2001).

La estrategia de seguir literalmente las conexiones, asociaciones y relaciones imputables se encuentra en el centro mismo del diseño de la investigación etnográfica multilocal. La dualidad "ellos/nosotros" de la etnografía convencional, requiere considerar mayores matices dado que la práctica de traducir conecta los distintos sitios que explora la investigación junto con

fracturas inesperadas e incluso disonantes del lugar social. En realidad, lo persuasivo del amplio campo que cualquier etnografía construye y mapea reside en su capacidad de generar conexiones mediante la traducción y el seguimiento de discursos distintivos de sitio a sitio. Algunos trabajos de campo, como los de Latour (1987 y 1988) y Haraway (1991a y 1991b), han estimulado la intención de pensar heterodoxamente los sitios yuxtapuestos que constituyen sus objetos de estudio (Marcus, 2001).

La investigación multilocal está diseñada alrededor de cadenas, sendas, tramas, conjunciones o yuxtaposiciones de locaciones en las cuales el etnógrafo establece alguna forma de presencia, literal o física, con una lógica explícita de asociación o conexión entre sitios que de hecho definen el argumento de la etnografía. En realidad, tal etnografía multilocal es una puesta al día de una sofisticada práctica del constructivismo. Éstas pueden entenderse como prácticas de construcción a través (de manera planeada u oportunista) del movimiento y rastreo en diferentes escenarios de un complejo fenómeno cultural dado e inicial de una identidad conceptual, que resulta ser contingente y maleable al momento de rastrearla (Marcus, 2001).

Seguir a las personas y seguir a los objetos. Esta técnica es probablemente la manera más obvia y convencional de materializar una etnografía multilocal, el procedimiento es seguir y permanecer con los movimientos de un grupo particular de sujetos iniciales. A partir de una investigación unilocal con múltiples sitios evocados, es encontrado el conocimiento "fuera del escenario", lo cual permite hablar de lo que ocurre con los sujetos en otros sitios. Además, al trazar la relevancia cambiante de las cosas como bienes, regalos y recursos que circulan en diferentes contextos, es posible ubicar los objetos en y a través de diferentes contextos. Ya Latour (1988) en sus investigaciones instalaba a los microbios, las máquinas y a los humanos dentro del mismo plano o mapa de investigación, al decir que son equivalentes (Marcus, 2001).

En el ámbito de las investigaciones de la telefonía móvil, destacamos y compartimos las aproximaciones que realiza Lasén (2006) en identificar una

“etnografía en movimiento”. “La descripción del trabajo etnográfico de la investigación puede dar algunas pistas sobre la movilidad metodológica, cuando la observación en lugares públicos urbanos requiere seguir esa agencia compartida entre móviles y usuarios dentro del flujo de las distintas modalidades del tráfico urbano, de peatones, paseantes, usuarios de transportes urbanos, clientes en tiendas, centros comerciales, restaurantes y cafés. Algo que puede describirse de manera tan sencilla como “observar usos de móviles en espacios públicos urbanos”, implica en realidad el seguimiento de una pluralidad de actores, humanos y no humanos, en movimiento, de flujos de actividades y tráficos urbanos, prestando atención a los comportamientos de los usuarios de móviles, sus gestos, lenguaje corporal, miradas y a la manera en que mostraban emociones, al hablar, escribir mensajes, jugar o tomar fotos. Considerar las actitudes y comportamientos hacia aquellos que estaban a su alrededor: personas y objetos, como los elementos del mobiliario urbano, vehículos y otras máquinas con las que los usuarios interactuaban simultáneamente. La observación también tuvo en cuenta las reacciones hacia los usuarios del móvil (atención, ignorancia, desinterés, reprobación) y las facilidades o coerciones del entorno material, así como las formas de manejar la simultaneidad entre el uso del móvil y las interacciones cara a cara. Siempre que fue posible esas observaciones se relacionaron con el contenido de la comunicación” (Lasén, 2006).

Otros aportes han sido los de John Urry (2005), Schein (2002), Laurier (2002), quienes también proponen una serie de condiciones para construir un “método de investigación de movilidades”, una “etnografía itinerante”, en donde están implicados en la participación los patrones de movimiento, seguir y acompañar los movimientos, co-presenciar los modos de circulación, donde los tipos de movimiento constituyen un patrón de la vida cotidiana, como se habitan y traspasan las dimensiones del tiempo y del espacio, como se constituyen las berreras que implican inclusión y exclusión, la movilidad y la inmovilidad, la dimensión afectiva y de cómo se mueven las emociones en y junto a los objetos, la inmovilidad que requiere movilidad (Urry, 2005).

---

## CARÁCTER DEL ESTUDIO

El presente diseño es exploratorio de tipo cualitativo centrado en un estudio de caso, ya que su "objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado" (Hernández, 1995: 59), y porque el estudio no constituye un fin en sí mismo, sino que su afán es aproximarse hacia una tendencia que viene dada por un incipiente, pero constante, adopción de la telefonía móvil por parte de las personas mayores de sesenta y cinco años.

Su fundamento se basa en la observación de las características de una unidad individual, con el propósito de entregar elementos descriptivos, comprensivos e interpretativos acerca del conjunto de elementos simbólicos y materiales en torno a los cuales se produce el uso y las implicaciones sociales que conlleva el uso de la telefonía móvil. En ocasiones, es presuntuoso definir a priori lo que es pertinente, por tanto, el movimiento de la mirada deberá complementarse con el análisis.

El método de estudio de caso es particularmente apropiado para este proyecto, ya que llama la atención sobre la unidad de observación, siendo factible exponerlo a múltiples métodos de recolección de datos. Una característica inherente de los casos, es que son bastante similares y lo suficientemente diferentes como para permitir el tratamiento de ellos como ejemplo comparable del mismo fenómeno general (Ragin, 1992, citado en Humphreys, 2005).

Paralelamente, existe un propósito por la "narración", construir la experiencia desde varios puntos de vista, aunque siempre uno tiene más peso que los otros. La acotación es oportuna, ya que aunque se quiera indagar sobre cómo se manifiesta en los sujetos la trayectoria, determinando e identificando las variables que se presentan en los sujetos sometidos a investigación, siempre habrá una mirada predominante, generalmente la del investigador. "El ámbito imaginario del que surge y al que regresa la mirada del observador compone pues un paisaje que se está observando, cuando en realidad es el resultado de superponer éste paisaje (muchas veces la capa superficial de una realidad mucho más densa) con el paisaje imaginario que se acarrea. El resultado es

una mezcla de ambas visualidades, pero ni siquiera una mezcla imparcial, puesto que el imaginario primigenio moldea preferentemente al recién llegado con la acción de los mecanismos valorativos correspondientes a su estructura" (Catalá, 2005:30).

Un tercer nivel queda conformado por el conjunto de técnicas de Investigación Social, que a su vez, llevan implícitas una serie de instrumentos para la Recogida Sistemática de Información. Dichos elementos forman parte de un enclave propio de cada metodología, que en determinados casos, articulan e integran diferentes procedimientos paralelos. Dimensión de las Técnicas de recolección y análisis de información empírica propuestos para esta investigación está la observación, la entrevista en profundidad, los grupos de discusión y los cuestionarios, cuyo tratamiento y procedimiento será guiado por el método comparativo constante de Glaser y Strauss (1967) (Grounded Theory) y la Triangulación de los datos obtenidos por diferentes estrategias de recolección.

## **THE GROUNDED THEORY**

Apelando a los planteamientos tradicionales de esta teoría, ésta propone construir conceptos, hipótesis y proposiciones, partiendo directamente de los datos obtenidos en el campo de estudio, y no de supuestos a priori, de otras investigaciones o de marcos teóricos existentes. La emergencia de significados desde los datos, pero no de los datos en sí mismos, hace de la Teoría Fundamentada o Grounded Theory una metodología adecuada para el conocimiento de un determinado fenómeno social (Strauss y Glasser, 1967).

El análisis de los datos es donde el investigador pone en juego su destreza y su capacidad de detectar los elementos que tienen sentido y significado, como aquellos que no aportan en la construcción de un nuevo cuerpo.

En realidad es un error- en la investigación cualitativa- separar análisis de recolección de datos dado que recolección y análisis marchan juntos. A medida que el investigador va entrevistando, observando, tomando notas de

---

campo y transcribiendo sigue la pista de temas relevantes para su investigación y tanto en la lectura como en la relectura de sus notas desarrolla conceptos que le dan sentido a los datos.

De esta manera, uno de los núcleos de este planteamiento, es que la teoría es construida desde los datos, de manera inductiva desde los fenómenos que pretende comprender. Las estrategias principales para desarrollar la Teoría Fundamentada son dos: a) el método comparativo constante y b) el muestreo teórico. A través del método comparativo constante el investigador simultáneamente codifica y analiza datos para desarrollar conceptos. Mediante la comparación continua de incidentes específicos de los datos, el investigador refina esos conceptos, identifica sus propiedades, explora sus interrelaciones y los integra en una teoría coherente.

Contrariamente a la tradición de investigación predominante en el momento de su creación, el método comparativo constante no busca medir el ajuste de la realidad a ciertas variables preestablecidas sino que busca descubrir la teoría que está implícita en la realidad estudiada, "uno comienza con un área de estudio y permite emerger lo que es relevante para esa área" (Strauss y Glaser, 1967).

La Teoría Fundamentada considera la perspectiva de "caso" más que por una fijación en las variables. Casos similares, con muchas variables pero con diferentes respuestas son comparados para ver dónde puede encontrarse la clave de las diferencias. Este procedimiento se basa en el método de diferencias de John Stuart Mills. Igualmente, los casos que obtienen la misma respuesta son examinados para ver qué condiciones tienen todos en común.

Entre los aportes que pueden ser obtenidos e introducidos para esta investigación, "está el reconocimiento del rol activo de las personas en "darle forma" al mundo en que viven; el énfasis en el cambio, en el proceso, en la complejidad y variabilidad de los fenómenos sociales, la importancia de la interrelación entre condiciones, sentido y acción para la comprensión de los fenómenos sociales; la necesidad de que el investigador vaya al terreno, al



---

campo o la realidad para entender en profundidad los hechos investigados y la importancia de una teoría basada, fundamentada, en los datos de la realidad para el desarrollo de una disciplina" (De Angelis, 2005).

Además de las obligaciones que le asigna al investigador, su utilidad para el estudio de caso aquí expuesto, es la posibilidad de sistematizar los pasos a seguir, entrelazar los momentos de "recogida" del dato, su "análisis" e "interpretación" de una manera concatenada, de forma de espiral, que permita las comparaciones sucesivas entre la realidad, el campo, el terreno y la teoría (De Angelis, 2005).

Para nuestro caso, nos permite producir una comprensión de la evidencia, datos, de la realidad reunidos a través de diversos instrumentos. Además, permite trabajar con las expectativas y prejuicios con los que inevitablemente todo investigador inicia su tarea interpretativa, aporta herramientas para trabajar con la subjetividad del investigador, que no sólo es reconocida sino aceptada como parte fundamental del acto investigativo. El dispositivo trabaja estableciendo una *interacción dialéctica* entre los sentidos del investigador y el significado del sujeto que se busca comprender (De Angelis, 2005).

El resultado de la relación entre el observado y el observador produce una suerte de "fusión de horizontes" en donde ambas comprensiones se articulan y complementan dando lugar a un producto nuevo e irrepetible, no en cuanto a su "novedad", sino que a propósito de la co-construcción de sentido.

Esta aproximación nos permite ordenar de manera espiral los datos que se van extrayendo de la realidad, no como un acto final de la investigación, sino que es en el proceso mismo donde se va registrando lo observado, lo comentado, lo analizado. Para este proceso, es vital la transcripción de todos los materiales empíricos disponibles (relatos, entrevistas, observaciones), en un registro, cuaderno, que permita dejar constancia de lo observado, tal cual sucedió y emergió de la realidad, luego los comentarios que dicha situación evoca, para luego proceder a su análisis (De Angelis, 2005).

---

Esta ordenación permite ir articulando los distintos productos, como también detectar cuando algún nuevo tema emerge, cuando hay algún elemento llamativo, que no había salido a la luz en otras ocasiones, y que le proporciona un nuevo sentido o confirma los anteriores. De esta manera, es posible ordenarlos en incidentes, los hechos o fragmentos de acción o emisión que se recortan de los materiales recolectados a través de cualquier fuente; en categorías, aquellos conceptos que se van identificando y las propiedades, que son las características de los conceptos, todo el rango de tipos, dimensiones, condiciones en las que se presentan las categorías (De Angelis, 2005).

Una forma de proceder a su tratamiento es a través de fichas, en las cuales se van anotando los temas recurrentes, aquellas categorías que han aparecido con mayor asiduidad y se la utiliza como título de la ficha. Luego se transcriben todos los incidentes que han sido categorizados con dicho nombre en cada uno de los materiales de campo recogidos. Con este material, se avanza hacia la comparación de los incidentes contenidos en las fichas buscando elementos comunes y no comunes. En este proceso, es común encontrar atributos diferentes entre los incidentes de una misma categoría: pueden ser "causas", condiciones, consecuencias, dimensiones, tipos, procesos de la misma. Estos nuevos conceptos, de menor nivel de abstracción, son las *propiedades* de las categorías. El proceso continúa buscando qué propiedad de una categoría pertenece a un dato o bien a qué parte de una teoría emergente pertenece un incidente (De Angelis, 2005).

Luego se trazan los escritos en memorias teóricas, donde se registran los avances que se van obteniendo en la teorización. Los creadores del método comparativo constante también aconsejan el uso de exhibidores (gráficos, redes) como herramientas potentes para develar relaciones y nexos entre los datos. Cuando el proceso comparativo continúa, también habrá categorías que se podrán integrar o agrupar en una categoría más amplia y comprensiva. Es decir, varios conceptos pueden subsumirse o integrarse en uno más global y de mayor nivel de abstracción. La integración de categorías permite reducir grandes cantidades de conceptos en un número menor de

unidades analíticas más fácil de manejar y con mayor fuerza comprensiva. Strauss y Corbin (1990) llaman a este proceso "codificación axial", debido que la categoría más abarcadora constituye un eje de relaciones que sirve de núcleo a las categorías menores (De Angelis, 2005).

La codificación continúa entonces en un análisis intenso de estas categorías centrales que van descubriéndose como aglutinadoras del significado. Este proceso comparativo se detiene cuando se llega a la "saturación teórica" de las categorías, esto es, cuando los datos analizados ya no producen información adicional sobre la categoría en cuestión con la cual identificar nuevas propiedades (De Angelis, 2005).

## **LA TRIANGULACIÓN**

La triangulación (Flick, 2003) permite ampliar la perspectiva sobre el tema de investigación ya que posibilita aproximarse a los hechos, a la evidencia, a los datos, desde distintos lugares, miradas e interpretaciones. Se puede arrimar a través de la triangulación de diferentes datos (triangulación de datos), la triangulación de diferentes observadores (triangulación de la investigación) y a la luz de diferentes teorías (triangulación de las teorías).

También hay distintas formas de triangulación metodológica, es decir, una triangulación acumulativa de los diferentes métodos para propender a la validación de los resultados de la investigación, un esfuerzo que tiende a proporcionar una visión más global, holística, sobre el tema de la investigación y así poder proporcionarle al lector un lienzo donde confluyen diferentes perspectivas (Lamnek, 1995).

Una triangulación puede incluir el uso de diferentes perspectivas sobre un tema de estudio, fundamentalmente cuando lo que interesa es poder dar respuestas a preguntas de la investigación que con una sola aproximación se hace insuficiente. No debe haber complejos, ni un sentimiento de traición, por tratar de combinar instrumentos y técnicas, las disputas están en el terreno del poder academicista, de quién se impone a quién, "Que existe tal conflicto no

hay duda. Empero, hay que entender que, académicamente hablando, esta división resulta más artificial que real ya que lo cuantitativo y lo cualitativo no son métodos opuestos, al contrario, podemos usar datos cuantitativos para investigaciones cualitativas y, a la inversa, gracias a los estudios cuantitativos tenemos acceso a un universo de cifras y datos que coadyuva a enriquecer y impulsar nuestro trabajo. La confrontación entre unos y otros habría que buscarla, más bien, en las formas de vivir y pensar tan distintas que caracterizan a cada uno de los dos grupos. Los investigadores cuantitativos, por ejemplo, son incapaces de integrarse a la sociedad. Están demasiado ocupados en sus despachos dando órdenes a sus colegas de investigación más joven; el integrarse con la gente en la calle y aprender de ella les es, francamente, imposible. En cambio, los cualitativos tienden mucho más a vincularse con realidades concretas y sus problemas" (Lull, 2005).

La triangulación que emplearemos para este estudio es una adaptación del RAP (*Rapid Assessment Process* = Proceso de Evaluación Rápida), uno de las estrategias que se han venido utilizando en las ciencias sociales desde fines de los '70, para llevar a cabo estudios donde la necesidad de obtener resultados efectivos se cruza con la escasez, tanto de recursos financieros como de tiempo.

Beebe define RAP como "investigación cualitativa intensiva, basada en un equipo, que usa la triangulación, el análisis de datos y la recolección adicional de datos iterativos (que indican la repetición de ciertas acciones) para desarrollar rápidamente una comprensión preliminar de una situación, desde el punto de vista de sus miembros" (2001: 29). Beebe, agrega que "el objetivo del RAP es construir un modelo de la situación local, el cual sea consistente con el modo en que la gente local la entiende, [pero] el conocimiento interno de los sistemas locales no puede capturar la totalidad de estas situaciones y siempre habrá áreas donde la comprensión local de la realidad es limitada" (2001:37).

Uno de los conceptos básicos es el de proceso iterativo o recursivo, que consiste en las repeticiones de un ciclo de análisis y recolección adicional de

---

datos. El tiempo de investigación se divide en bloques de recolección y bloques de análisis de datos, más la consideración consecuente de rondas siguientes de recolección de datos. Se consideran varios períodos, de no más de cinco días de trabajo de campo cada uno, con sesiones de entrevistas de no más de cinco horas diarias, seguidas por sesiones de presentación y análisis preliminares de datos. Además, se chequea la información con las personas entrevistadas que colaboran como informantes. Junto con ello, se confeccionan borradores de informes, que incluyen los análisis y las elaboraciones de secciones de responsabilidad individual.

Aunque este método de investigación rápida se define por los conceptos de análisis iterativo y triangulación, y no necesariamente por las técnicas utilizadas, para esta investigación se ha asociado su operacionalización desde la investigación etnográfica. Es decir, lo que está de fondo, por tanto sustenta la técnica, es la aproximación descriptiva y activa, y su posterior análisis. Por tanto, la etnografía nos proporcionará las técnicas que constituirán la primera etapa de la investigación, un trabajo de campo (proceso) y un estudio monográfico (producto); teniendo como línea cardinal, aprender acerca de las condiciones de los usuarios mayores de la telefonía móvil a través de los relatos de las personas involucradas (el objetivo es hablar con la gente y dejar que ellos cuenten sus experiencias, obtener sus definiciones, sus opiniones y puntos de vista sobre la situación o las situaciones bajo investigación).

La combinación de metodologías persigue enfatizar, en primer lugar, la perspectiva interna desde las percepciones de los miembros de la cultura, en este caso, los usuarios mayores de la telefonía móvil. Segundo, la recolección de "data etnográfica sistemática que pueda ser sujeta a análisis sistemático (numérico y estadístico)", (Handwerker 2001: 24). En ambos, el concepto central de base es el de cultura, entendida, inicial y simplemente, como el conocimiento que la gente usa para vivir sus vidas y el modo en que lo hacen. Más en detalle, cultura se concibe como un fenómeno mental, ideacional o cognitivo, conductual y emocional. En consecuencia, se tratará de recolectar y analizar datos culturales, mediante un método que permita producir interpretaciones precisas, y a la vez sutiles, de la cultura y sus variaciones. Esta

---

opción no implica dejar de lado las características estructurales de la sociedad, obviamente importantes en el problema del uso de las nuevas tecnologías de la información.

## **UNIDAD DE ANÁLISIS**

La unidad de análisis son los sujetos mayores de sesenta y cinco años residentes en la ciudad de Barcelona, como portadores de un discurso social encargado de vehicular las percepciones, representaciones e interpretaciones entre la relación experiencia/uso/consumo de la telefonía móvil, y lo que se construye como significados y sentidos.

Complementariamente, el teléfono móvil opera como artefacto cultural. Es decir un producto de la cultura, donde la tecnología posee flexibilidad interpretativa, dado que las ideas provienen de su uso práctico en un contexto determinado. Así, los contextos locales de interpretación y de uso, conformarían el campo de estudio etnográfico.

## **SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

La muestra extraída es de tipo no probabilística, dirigida y de carácter intencionado, entre las personas mayores de sesenta y cinco años usuarias de la telefonía móvil, residentes en la ciudad de Barcelona.

Dado el tipo de investigación, la muestra estuvo configurada por sujetos que voluntariamente accedieron a participar de la investigación, cuya única particularidad era que tuvieran sesenta cinco años y más, y que fueran sujetos que habitualmente participan en organizaciones o en actividades sociales, lúdicas, deportivas y recreativas que implicasen salir de casa.

Se entiende como "muestra invitada" al conjunto de individuos "invitados" de la población mayor que asisten a los centros de actividades de personas mayores en los tres barrios descritos: 340 personas.

---

Muestra aceptante o conjunto de individuos que aceptan participar del cuestionario, de las entrevistas y los grupos de discusión: 102 personas.

Muestra productora de datos o muestra real del estudio: 72 usuarios mayores de 65 años y 30 no-usuarios mayores de 65 años, excluyendo a quienes participaron en la prueba piloto y en la validación del instrumento. Cabe destacar que las 12 personas mayores que participaron en la fase de elaboración del instrumento, son residentes de Barcelona y del barrio la Barceloneta, quienes participan en actividades deportivas del Club Natació Atlètic-Barceloneta, compartiendo por tanto las características de quienes finalmente participaron de la investigación.

## **LA OBSERVACIÓN**

Existe un ideal para el observador que es plantearse adentrarse en lo más profundo de la realidad social del sujeto a observar y llegar a entender el punto de vista que está en juego. Obviamente esta declaración de intención choca, en más de una ocasión, con inconvenientes tanto formales como de fondo. Depende de la empatía que se llegue a establecer, del grado de conocimiento previo, de la aptitud del investigador, de la posibilidad de acercarse a la otra realidad, de las barreras físicas, materiales y simbólicas, de la naturaleza misma del sujeto, de las condiciones para la observación (Montezemolo, 2003). En este caso, en particular, una de las principales desventajas fue sortear la barrera que implicaba que el observador fuese un otro, un extranjero, que se situaba en un contexto extraño y ajeno, lo que implicó, en algunas ocasiones, realizar un esfuerzo por garantizar los espacios de confianza.

Pero, eso mismo que puede interpretarse como una desventaja, también implicó una ventaja, en el sentido solidario, de abrirse a un extraño que no llevaba consigo ninguna agenda oculta o ninguna otra intención que no fuese el simple hecho de escuchar.

La experiencia de la Observación tenía sentido si llegase a obtener la interpretación de ellos sobre ellos, lo que sólo era posible si era palpable el establecimiento de confianzas mutuas, en pro de rescatar mas allá del punto de vista del actor observado, la interpretación que lleva la persona mayor de su realidad social.

El valor de la propia observación es la forma de entender los procesos sociales del mismo sujeto y no siempre buscar conceptos desde fuera para imponerse sobre los suyos. Los conceptos debían ser flexibles, de lo contrario podía irrumpir negativamente la forma en que ellos mismos entienden esos procesos. Más aún cuando existe una presión de la realidad social que le adjudica estereotipos, por tanto, su lucha es doble, una por desmitificar lo que se dicen de ellos y, por otro, tratar de construir e instalar un discurso que de cuenta de su propia identidad y de su visión de la realidad.

La realización de las Observaciones:

<b>Observación</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Barrio</b>
Urbana	Barcelona	El Raval
<b>Características</b>		
Las personas mayores en este barrio se encuentran insertas en un territorio muy heterogéneo, tanto por el entorno como por la configuración social-cultural de su población. En ese sentido, la información recogida resultó relevante para contar con una aproximación a la identidad con puntos disímiles de referencia y con todas las influencias culturales que se entrecruzan en este escenario.		
<b>Observación</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Barrio</b>
Urbana	Barcelona	La Verneda
<b>Características</b>		
La observación aplicada en esta localidad nos entregó información acerca de la construcción identitaria que se establece desde los puntos extrarradio de la ciudad, lo que permitió cruzar estas percepciones con las de los mayores que habitaban en el Centro.		
<b>Observación</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Barrio</b>
Urbana	Barcelona	El Eixample
<b>Características</b>		
Las personas mayores en este barrio se instalan en un escenario particular, que reúne las características de un espacio planificado, pensado para ser habitado de cierta manera, donde se trazan trayectorias de lo moderno con lo vanguardista, que evoca una situación contextual que se proyecta en el tiempo.		



Si se considera que la construcción identitaria y la producción simbólica, que se vincula a las personas mayores, se despliega de múltiples maneras y en diversos registros (elementos materiales, lingüísticos, visuales, mentales, etc.), debemos abordar su identificación y caracterización haciendo uso de diversos recolectores de información enfocados hacia los recursos lingüísticos e icónicos presentes en el campo simbólico de las personas mayores.

En este sentido, se trabajó con tres unidades de análisis que actuaron como referentes para la observación. Estos referentes, que constituyen también niveles atendibles al análisis, son los siguientes:

- **YO (Núcleo):** Esta unidad se compone por el sujeto participante de la investigación y su núcleo más cercano. Bajo este prisma se podrá conocer los procesos de autoconciencia identitaria, de vital importancia para analizar este tipo de temáticas, y dilucidar los conceptos, mecanismos y estrategias que utilizan los individuos para adscribirse a la identidad vinculada a su situación espacial y al uso de la telefonía móvil.
- **NOSOTROS (Comunidad):** esta unidad se basa en el sentido de pertenencia a un grupo que comparten ciertos elementos culturales y que favorecen la adscripción identitaria. En este sentido, se podrá descubrir bajo esta mirada, la existencia o no de un sentido gregario que se canalice en un proceso de identidad grupal asociado a la situación particular de sus vivencias.
- **ELLOS (Alteridad):** Toda construcción identitaria se basa en un proceso de determinación de “los otros” para la definición de “lo propio”, por tanto, es necesario conocer cómo se vinculan los conceptos identitarios asociados a los referentes externos. Desde esta mirada se podrá identificar los puntos convergentes y divergentes, que forman parte fundamental para desarrollar un análisis posterior.

---

### **Registro de la Observación:**

El registro de la observación se realizó a “tres columnas” (observables, comentarios y análisis), con el fin de realizar una lectura intensiva de los mismos, lo que permitía identificar los temas emergentes (columna de análisis), la identificación de las categorías y sus propiedades (traducción en enunciados de las dos primeras columnas

## **EL CUESTIONARIO**

El cuestionario es uno de los métodos más usados para obtener información en la investigación social. Es un instrumento que “consiste en una serie de preguntas o ítems acerca de un determinado problema o cuestión sobre el que desea investigar y cuyas respuestas han de contestarse por escrito” (Del Rincón et al.1995:13). En un cuestionario la función de la pregunta es la de elicitar, de la manera menos distorsionadora posible, una particular comunicación de un informante al que creemos en posesión de ciertas ideas, actitudes o informaciones relativas al objeto de investigación (Openheim, 1992).

El cuestionario es una lista o repertorio de preguntas, debidamente estructurado, dirigidas a una persona que debe contestar y relativas a un objeto de investigación con el fin de obtener datos. Su función es de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad de la población observada. Se basa en dos principios consistentes, de una parte, en traducir los objetivos de la investigación en preguntas concretas y, de otra, en suscitar respuestas sinceras y claras.

El cuestionario nos permitiría observar tendencias, y comparar una serie de elementos entre los que declaraban ser usuarios y no usuarios de la telefonía móvil. Esta es una aclaración importante, porque no fue un instrumento concebido para “evaluar” ni para “medir”, para este caso el cuestionario no es “la” técnica de investigación social ocupada, si no como soporte bajo el cual se recoge la información.

El cuestionario nos permitió instalarnos en una estrategia de interpretación mixta, con una doble entrada, los datos cuantitativos, más los datos e interpretación cualitativa. Las dos perspectivas fueron necesarias, y funcionaron de forma conjunta y complementaria. La táctica cuantitativa, la forma de recoger los datos a través del cuestionario, su cuantificación posibilitó su análisis en conjunto con los obtenidos de manera cualitativa, permitiendo su tratamiento interpretativo, analizándolos, reagrupándolos y organizándolos por categorías dando lugar a nuevas comprensiones.

### **Diseño del cuestionario**

Todos los autores coinciden en que los supuestos básicos para su diseño son tres: el objetivo de la investigación, los destinatarios del cuestionario, y las condiciones materiales con las que se cuenta.

Desde la concepción de la presente investigación nos planteamos utilizar el cuestionario, ya que anticipamos que necesitaríamos de información (datos) para situarnos, y porque la observación, las entrevistas y los grupos de discusión nos proporcionarían otra dimensión de la realidad de los sujetos, por tanto los tres instrumentos eran cooperativos entre sí, en ningún caso contradictorio.

Sabíamos que la primera consideración era tener en cuenta que los destinatarios del instrumento eran personas mayores, por tanto, debíamos facilitar su comprensión y hacer que la forma de cumplimentar no presentase dificultad.

Una vez diseñado el borrador definitivo, es decir, una vez delimitada la información, formuladas las preguntas, definido el número de ellas que vamos a incluir en el cuestionario y ordenadas las preguntas, corresponde llevar a cabo la realización de la prueba piloto y la evaluación de las propiedades métricas de la escala.

Los cuestionarios no fueron simple de aplicar, fundamentalmente, dada su extensión, ya que se buscó abordar un amplio campo de información, que en promedio implicó que el sujeto dedicara entre 30 a 35 minutos. También,

---

aunque no tan evidente, no estuvo exento de algunas limitaciones físicas y prácticas.

Se autoaplicaron dos cuestionarios, uno diseñado para Usuarios y otro para NO usuarios. Ambos tienen cinco dimensiones. Las cuatro primeras son comunes para ambos: Dimensión Identificación, Hogar, Trabajo, Ingresos y Actividades. Mientras que la última dimensión era específica para Usuarios y No Usuarios. El primer cuestionario, para los Usuarios, contiene 67 preguntas; el segundo cuestionario, para los No Usuarios, contiene 42 preguntas.

En primer lugar, las preguntas formuladas buscan contextualizar al sujeto, en tanto su situación socio-demográfica, condición de género, edad, educación, situación laboral, ingresos, vivienda, estado civil, actividades que realiza normalmente, estado de salud y relación con otras tecnologías.

Las preguntas específicas para los Usuarios de teléfonos móviles fueron 45, éstas buscaban explorar sobre los usos, frecuencia e intensidad de Uso, el tipo de usuario, las percepciones y motivaciones para adoptar y usar el teléfono móvil; experiencia en el uso; posesión del teléfono móvil; redes de contactos, satisfacción e implicaciones de su uso. Para los No Usuarios las preguntas apuntaban a explorar las dimensiones de su no uso, cuáles eran sus motivos, sus necesidades, sus expectativas, de lo que ocurriría si llegasen a ser usuarios, de lo que sienten que se están perdiendo.

Según la codificación de las respuestas en función del número de opciones o tipo de respuestas, éstas fueron dicotómicas (Sí/No), tipo Lickert y de selección. La comparación fue a través de una ponderación simple, es decir, la suma de las respuestas, en la que cada una de ellas tenía el mismo valor.

Las preguntas que se presentan abiertas son:

- Nombre
- Edad
- Barrio, población
- En caso que el móvil sea regalado o prestado quién lo hizo

- 
- Personas que viven en el hogar
  - Cuántas de esas personas tienen teléfono móvil
  - Los años que lleva jubilado o pensionado
  - Cuántas llamadas realiza a la semana
  - Cuántas llamadas recibe a la semana
  - Hace cuanto tiempo posee su teléfono móvil
  - Cuántos aparatos ha tenido
  - Cuántos dinero gasta en el teléfono móvil
  - Cuántos SMS envía a la semana
  - Cuántos SMS recibe a la semana

## DEFINICIÓN DE VARIABLES

Las respuestas fueron dispuestas en una tabla Excel, una vez que se recibieron una proporción considerable de cuestionarios, los datos fueron traspasados a una Matriz del programa SPSS, a través del cual fue posible cruzar ciertas variables. Llamamos variables explicativas a:

- Género (hombre y mujer)
- Edad (menores de 75 años (65 a 74) y mayores de 75 años (75 a 86))
- Barrio (1, 2 y 3 ; Eixample, Raval y Verneda)
- Ingresos ( menos de 500 euros y más de 500 euros)
- Estado Civil (Casado y viudo)
- Educación (hasta secundaria incompleta y más de secundaria completa)
- Jubilado ( más de 5 años y menos de 5 años)

Al resultado de esos cruces, los llamamos variables de resultados. Los números que están en **azul**, corresponden a las preguntas formuladas exclusivamente a los NO USUARIOS. Los números que están en **verde**, corresponde a las preguntas formuladas a los NO USUARIOS, pero que en algún momento fueron USUARIOS, y que hoy no lo son. Los números que están en **rojo**, corresponden a las preguntas que tienen las mismas opciones de respuestas para USUARIOS Y

NO USUARIOS. Las que están en **negro** corresponden a las preguntas formulados a todos por igual y a los usuarios de la telefonía móvil, en particular.

LÍNEA EN LA TABLA SPSS (L) (vista de variables)	PREGUNTA CORRESPONDIENTE AL CUESTIONARIO DE USUARIOS (U) Y NO USUARIOS (UN):
1	
2	CATEGORIA
3	Nº de Cuestionario
4	Nombre
5	Código Postal
6	<b>BARRIO</b>
7	Población
8	Ciudad
9	Punto de la muestra
10	<b>EDAD</b>
11	<b>GENERO</b>
12	Es UD. Jefe de hogar
13	Tiene Teléfono fijo en casa
14	<b>ES USUARIO DE TELÉFONO MÓVIL</b>
15	<b>EL TELÉFONO QUE TIENE ES COMPRADO, PRESTADO O REGALADO</b>
16	<b>UD VIVE SÓLO EN SU HOGAR</b>
17	<b>CUÁNTAS PERSONAS VIVEN CON UD.</b>
18	<b>CUANTAS PERSONAS QUE VIVEN CON UD. TIENEN MÓVIL</b>
19	Sabe Leer y escribir
20	<b>EDUCACIÓN: HASTA QUE AÑO APROBÓ</b>
21	<b>SU ESTADO CIVIL ES :</b> Convive en pareja
22	Separado
23	Divorciado
24	Viudo
25	Casado
26	Soltero
27	<b>SU VIVIENDA ACTUAL ES:</b> propia/propia pero la paga/ prestada/alquilada/ocupada/otro
28	Dónde nació: en Barcelona/otro municipio/en otro lugar de España/en otro país
29	Cuál es su lengua: Catalán/castellano/ambas/ otra
30	<b>ESTÁ JUBILADO O PENSIONADO</b>
31	<b>HACE CUÁNTOS AÑOS QUE ESTÁ JUBILADO</b>
32	En su empleo necesitó usar : PC
33	portátil
34	Internet
35	móvil
36	email
37	Ninguno

38	<b>QUÉ ACTIVIDAD REMUNERADA REALIZABA:</b> empleado/obrero/independiente/por comisión/empleador/otro
39	Actualmente sus <b>INGRESOS</b> son por su jubilación
40	<b>CUÁNTOS SON SUS INGRESOS MENSUALES:</b> menos de 150/entre 150 a 300/300 <sup>a</sup> 500/500 a 700/700 a 1000/ más de 1000
41	<b>EN SU PRESUPUESTO MENSUAL, PORCENTAJE DE DINERO DESTINADO a:</b> Alimentación
42	Vivienda
43	equipamiento
44	Vestuario
45	Transporte
46	Salud
47	Servicios
48	Salir entretenición
49	Teléfono fijo
50	Teléfono móvil
51	Usar el teléfono móvil es un <u>gasto</u>
52	O una <u>Inversión</u>
53	<b>LAS CINCO ACTIVIDADES QUE MÁS REALIZA:</b> @1
54	@2
55	@3
56	@4
57	@5
58	<b>LAS CINCO ACTIVIDADES QUE MENOS REALIZA:</b> @1_A
59	@2_A
60	@3_A
61	@4_A
62	@5_A
63	<b>Tiene Internet en casa</b>
64	<b>Usa Internet o mails para enviar y recibir mails</b>
65	<b>Cuál es la Frecuencia de uso de Internet</b>
66	<b>Cómo Accede a Internet</b>
67	<b>PRINCIPAL RAZÓN POR NO USAR EL MÓVIL:</b> Es muy caro
68	No lo Necesito
69	Mis conocidos no tienen
70	Prefiero usar el fijo
71	No uso por problemas de salud
72	Prefiero el teléfono Público
73	Prefiero usar otros Dispositivos
74	No lo sé usar
75	Otro
76	<b>POR QUÉ RAZÓN DEJÓ DE USAR EL MÓVIL:</b> Perdí el trabajo

77	Tuve que Adecuar mi presupuesto
78	Problemas con la compañía de teléfonos
79	Perdí el Móvil
80	Perdí el Interés
81	Por razones de Tiempo
82	No aprendí a usarlo
83	Problemas de salud
84	Otros
85	<b>Si no tiene móvil piensa tenerlo en los próximos 3 meses</b>
86	<b>Qué plan piensa adquirir</b>
87	<b>PRINCIPALES RAZONES PARA ADQUIRIR UN MÓVIL: Tarifa más baja que el fijo</b>
88	Conviene para hacer y recibir llamadas
89	Lo Necesito se acomoda a mis tiempos
90	Me permitiría controlar mis gastos
91	Por razones de Seguridad
92	Para mantener contacto familiar y amigos
93	Para establecer más relaciones sociales y vínculos
94	Para ser moderno y por status
95	otro_A
96	<b>USTED CONSIDERA QUE EL USO DEL MOVIL ES FACIL</b>
97	<b>EN CASO DE ADQUIRIR UN MOVIL QUIEN LE AYUDARIA: Su Marido/esposa</b>
98	hijo
99	nieto
100	Taller de aprendizaje del móvil
101	Manual del Móvil
102	Sus amigos
103	Por la TV y la Radio
104	Nadie
105	<b>QUE SERÍA LO MÁS DIFICIL DE APRENDER CUANDO TENGA SU MOVIL: enviar SMS</b>
106	Leer los SMS que le llegan
107	Recibir llamadas
108	Tamaño teclado y pantalla
109	Accesorios
110	Opciones del menú
111	guardarNº en la agenda
112	Hacer llamadas
113	Limitaciones por problemas de Visión
114	Limitaciones por problemas Motrices
115	Limitaciones por problemas Auditivas
116	<b>CUÁNTO DINERO DESTINARÍA A LA FACTURA €</b>
117	<b>Qué otro medio utiliza para comunicarse:</b> Teléfono fijo en casa
118	Teléfono público
119	Postal
120	email_A



121	Cara a cara
122	<b>SEGÚN LA IMAGEN QUE PROYECTA AL NO USAR UN MÓVIL, USTED DIRÍA</b> Mi imagen ES similar a los que usan el móvil
123	Me ven más viejo
124	Me aíslan del grupo
125	Me prestan menos atención
126	Me cuesta entender la sociedad de hoy
127	Me siento con cierto prestigio
128	Soy más discriminado
129	Aumentan los Prejuicios sobre mi edad
130	Me ven desconectado del mundo digital
131	Me ven aislado de las TICs
132	<b>HA USADO EL MÓVIL EN EL ÚLTIMO MES</b>
133	<b>CUÁNTAS LLAMADAS REALIZA A LA SEMANA</b>
134	<b>CUÁNTAS LLAMADAS RECIBE A LA SEMANA</b>
135	<b>PARA QUÉ USA EL MÓVIL</b> Avisar que llego tarde
136	Organizar actividades
137	Hacer planes
138	Dar información a mis contactos
139	Conversar distendidamente con amigos
140	Estar al día con amigos
141	Conversar sobre Asuntos particulares
142	Saber cómo están mis amigos y familiares
143	Para mostrar Preocupación por los demás
144	Para sentir Cercanía de mis seres queridos
145	<b>PRINCIPALES MOTIVOS PARA ADQUIRIR Y USAR EL MÓVIL:</b> Por razones de Seguridad
146	Para No sentirme solo
147	Para Controlar a mi grupo familiar
148	Por que todos mis Amigos tienen uno
149	Nunca estoy en casa
150	Para ajustarme a los Nuevos tiempos
151	Es una Tecnología más fácil de acceder
152	Por que necesitaba Estar ubicado en todo momento
153	Para contar con más Autonomía e independencia
154	Me dí de baja del teléfono fijo
155	<b>HACE CUÁNTO AÑOS TIENE SU MÓVIL</b>
156	<b>CUÁNTOS APARATOS HA TENIDO EN ESTE TIEMPO</b>
157	Le ha sido Fácil usar su móvil
158	<b>QUIÉN LE AYUDÓ A USAR SU MOVIL:</b> Marido_A
159	Hijo_A
160	Nieto_A
161	Taller
162	Manual de móvil
163	Amigos_A

164	TVyRadio_A
165	Nadie_A
166	<b>QUE FUNCIÓN O ASPECTO DEL MOVIL LE HA DADO MÁS PROBLEMA:</b> Enviar SMS_A
167	Leer SMS
168	Recibir Llamada de voz
169	Tamaño del Teclado
170	Tamaño de la Pantalla
171	Los Accesorios como cámara de fotos
172	Las opciones del Menú
173	Guardar números en la Agenda
174	Hacer llamadas de voz
175	Limitaciones por problemas de visión
176	Limitaciones por problemas motriz
177	Limitaciones por problemas auditivos
178	<b>SU MOVIL ES UNO ESPECIAL PARA PERSONAS MAYORES</b>
179	<b>LE GUSTA EL MODELO DE MOVIOL QUE TIENE</b>
180	<b>SE SIENTE CÓMODO CON SU MÓVIL</b>
181	SU MÓVIL TIENE UNA Carcasa o politono ad hoc
182	<b>LE GUSTARÍA TENER OTRO MODELO</b>
183	<b>POR QUÉ RAZÓN CAMBIARÍA SU MÓVIL:</b> Por uno que Refleje mejor mi estilo de vida
184	Que tenga el teclado más grande
185	Que tenga pantalla más grande
186	Que tenga más accesorios, como cámara de fotos
187	Que tenga más memoria
188	Que fuera más novedoso y actual
189	Que tenga tapa deslizante
190	<b>QUE SENTIRIA SI SE LE ESTROPEARA, PERDIERA O ROBARAN SU MOVIL:</b> Tristeza/nada/aislado/alivio
191	Qué tipo de plan tiene
192	<b>CUAL ES SU GASTO MENSUAL DE MOVIL</b>
193	<b>QUIEN LE PAGA SU FACTURA MENSUAL:</b> Marido/esposa/hijo a/yerno/otro familiar/amigo/otro
194	<b>A QUIEN ACUDE CUANDO TIENE PROBLEMAS CON EL MOVIL:</b> Marido/esposa/hijoa/yerno/familiar/amigo/comercial/atención al cliente/otro
195	<b>CUÁLES SON LOS CINCO APLICACIONES O SERVICIOS DEL MÓVIL QUE MÁS USA:</b> @1_B
196	@2_B
197	@3_B
198	@4_B
199	@5_B
200	<b>PARA CONTROLAR MEJOR SU GASTO DEL MOVIL, UD:</b> Realiza Llamadas perdidas

201	Sólo para Recibir llamadas
202	Sólo cuando la tarifa es más baja
203	Uso más los SMS
204	<b>CUAL ES SU SATISFACCION CON EL USO DEL MOVIL:</b> Muy buena/buena/regular/mala/muy mala
205	<b>CUÁL HA SIDO EL IMPACTO EN EL USO DE SU MOVIL:</b> nada/poco/algo/mucho/no influye: estar siempre conectado
206	comunicarse en todo lugar
207	mejorar relaciones familiares
208	comunicarse en cualquier momento
209	comunicarse más con amigos
210	organizar mejor actividades diarias
211	acceder a información de servicios públicos
212	tener mayor seguridad en la vida
213	tener mayor estatus y reconocimiento
214	mejorar su calidad de vida
215	Otros Especifique
216	<b>CUÁNTOS NUMEROS TIENE GUARDADO EN SU AGENDA:</b> Menos de 10
217	Entre 10 a 30
218	Entre 30 a 50
219	Más de 50
220	<b>DESDE QUÉ SITIO USA EL MOVIL:</b> Casa/transporte público/calle/centro social/bar/otro
221	<b>A QUIENES PERTENECEN LOS NUMEROS QUE TIENE EN SU AGENDA:</b> familiares que viven en casa con usted
222	familiares que viven fuera de casa
223	de amigos
224	de servicios públicos
225	de emergencia
226	comerciales
227	de organizaciones sociales
228	Otros_A
229	<b>QUIENES SON LAS PERSONAS QUE MÁS CONVERSAN CON USTED:</b> Familiares que viven en casa
230	Familiares que viven fuera de casa
231	Mis amigos
232	Funcionarios públicos
233	Personas ocasionales
234	Comerciales
235	Compañeros de organizaciones sociales
236	Otros_B
237	<b>CUÁNTOS SMS ENVIA POR SEMANA</b>
238	<b>CUÁNTOS SMS RECIBE POR SEMANA</b>

239	USA SU CAMARA DE FOTOS Y ENVIARLAS
240	<b>POR QUÉ NO USA EL SMS:</b> Es Difícil de aprender
241	Mi móvil no permite usar SMS
242	Mis contactos no lo usan
243	Nadie me envía SMS
244	Mi móvil tiene teclas pequeñas
245	Por mis problemas de salud visión
246	Por mis problemas de salud _ motriz
247	No sé escribir
248	Otros especifíquela
<b>MATRIZ II</b>	
7	<b>DESDE QUE USA EL MOVIL LOS OTROS MEDIOS HAN DISMINUIDO, MANTENIDO, DEJO DE USAR:</b> Teléfono fijo de casa
8	Teléfono público
9	Correo cartas
10	Mail
11	Cara a cara
12	<b>SE SIENTE SATISFECHO CON LA CALIDAD DEL SERVICIO:</b> Pésimo/malo/aceptable/bueno/excelente
13	<b>MIENTRAS USTED HABLA CON SU MOVIL LE IMPORTA QUE OTRAS PERSONAS ESCUCHEN</b>
14	<b>QUE SITIO CONSIDERA MOLESTO HABLAR CON EL MOVIL:</b> Transporte público/casa/reunión/restaurante/hospital/bar/cine/otro
15	<b>SI SUENA SU MOVIL Y USTED ESTA OCUPADO QUÉ HACE:</b> No contesta deja que suene/lo apago/lo pongo en silencio o vibrador/lo contesto y digo que estoy ocupado/respondo tranquilamente/lo contesto y salgo del lugar
16	<b>IMPLICACIONES SOCIALES: USTED PERCIBE QUE DESDE QUE USA EL MOVIL:</b> Depende más/menos de los demás
17	Tengo más/menos limitaciones
18	Dispongo de más/menos información
19	Tengo mas/menos confianza
20	Tengo más/menos independencia
21	Tengo más/menos libertad
22	Tengo más/menos autonomía
23	Tengo más/menos intimidad
24	Tengo menos/más contacto cara a cara
25	Estoy más/menos ocupado
26	Más/menos personas se meten en mi vida
27	Mi familia más/menos me controla
28	Tengo más/menos opciones de elegir
29	Tengo más/menos apoyo
30	Tengo más/menos amigos

31	Me siento más/menos insegura
32	Recurso más/menos servicios públicos
33	Alcanzo nuevos/no alcanzo nuevos objetivos
34	Estoy satisfecho/menos satisfecho con mi estilo de vida
35	Tengo más/menos esperanzas de futuro
36	Tengo más/menos autoestima
37	Soy más/menos expresivo
38	Soy más/menos sociable
39	Me siento más/menos integrado
40	Me siento más/menos cercano
41	Dependo más/menos del móvil
42	Me hace la vida más/menos fácil
43	<b>EL USO DEL MOVIL LE AYUDA A COMUNICAR CON PERSONAS DE OTROS GRUPOS DE EDAD:</b> niñ@s_0 y 12
44	Adolescentes 13 y 17
45	Jóvenes _18 y 29
46	Adultos jóvenes_30 y 35
47	adultos_36 y 59
48	Adultos mayores, más de 60 años
49	<b>USTED PERCIBE QUE DESDE QUE USA EL MOVIL HAY MÁS GENTE DISPUESTA HABLAR CON USTED</b>
50	<b>USTED CREE QUE DISPONE DE UNA BUENA CALIDAD DE VIDA</b>
51	<b>USTED CREE QUE LA EDAD ES UNA BARRERA PARA QUE OTROS SE COMUNIQUEN CON USTED</b>
52	<b>CUÁLES SON SUS PRINCIPALES PROBLEMAS DE SALUD PARA USAR EL MOVIL:</b> de visión
53	de _voz
54	auditivos
55	motrices
56	de memoria
57	Otros problemas
58	<b>CUAL ES LA IMAGEN QUE PROYECTA DESDE QUE USA EL MOVIL:</b> Ha mejorado mi imagen ante los demás
59	No me ven tan viejo
60	Hay cierto reconocimiento social
61	Me prestan más atención
62	He comprendido cosas de la sociedad actual
63	Me siento con cierto prestigio
64	Soy menos discriminado
65	Han disminuido los prejuicios sobre mi edad
66	Me ven conectada
67	Me ven más proclive al uso de las TICs

**Distribución de los cuestionarios.**

Una de las características que perseguíamos entre quienes participaran voluntariamente de nuestra investigación, además de tener 65 años y más, era que fuesen sujetos que visiblemente mostrasen una disposición a relacionarse con los demás, participaran de actividades sociales y comunitarias, que fuese posible observar en ellos una trayectoria de movilidad, en cuanto a su desplazamiento físico y a la relación con el entorno.

Teniendo esto en cuenta, y ya habiendo previamente ubicado los sitios dentro de la ciudad de Barcelona, en los que se desarrollaría nuestra aproximación etnográfica y aplicación de instrumentos, procedimos a ubicar centros que fuesen puntos de reuniones para las personas mayores en los barrios del Raval, Eixample y la Verneda. Que fueran estos barrios y no otros, fue por dos razones. La primera de orden práctico, quien colaboró con comentarios y sugerencias en la fase de validación del instrumento fue personal de la Obra Social de la Caixa Catalunya, institución que cuenta con los Clubs Sant Jordi, instancia que implementa una serie de actividades sociales y culturales para la población mayor, distribuidos por toda el área metropolitana de Barcelona, por tanto contábamos con un acceso expedito a los mayores que asistían a esos centros; además, esta institución, junto a la Cruz Roja, llevaba un par de años realizando talleres para personas mayores sobre el uso de la telefonía móvil, por tanto, éste no sería un tema desconocido para sus miembros. La otra razón, fue que el contraste entre estos barrios, en los cuales es posible captar la diversidad y la diferencia en la cotidianidad de sus habitantes, un barrio tradicional burgués, de otro obrero y de trabajadores, más otro que tiene una alta participación de inmigrantes. Esto último se debe fundamentalmente a que la población extranjera, mayor de 65 años, en la ciudad de Barcelona es menor, su porcentaje no supera el 5% de la población total.

Una vez instalados en estos tres sitios, decidimos ubicar centros u organizaciones de mayores también por un fin práctico. Si el cuestionario era auto-aplicativo y voluntario, las personas podrían manifestar su intención de participar, pero en otro momento, entonces como no implicaba ningún sesgo el lugar donde contestaran el instrumento, muchos optaron por llevárselo a casa y dejarlo en la recepción del recinto cuando ya lo habían terminado.

---

En total repartimos personalmente, cara a cara, 340 cuestionarios, 250 para usuarios mayores de telefonía móvil y 90 para no-usuarios mayores de telefonía móvil, a todos ellos les explicamos en qué consistía el instrumento, que los datos que ahí colocasen tenían un fin académico, que no era necesario que colocasen sus nombres y una serie de preguntas que buscaban evitar cualquier intranquilidad en el adulto mayor; además, nos dedicamos a explicar la forma de contestarlo, didácticamente los introdujimos en la temática de la investigación.

Finalmente, pudimos trabajar con 72 cuestionarios de usuarios y con 30 de no-usuarios. Trabajamos con esta cantidad, porque a pesar de que nos llegaron una cantidad superior, no todos estaban completos, o en otros casos, habían dos respuestas donde debía haber una. Así que la decisión fue trabajar sólo con los que estaban bien completados, independiente de las proporciones por barrios.

La mayoría de los cuestionarios entregados fueron los que se hicieron en el mismo recinto de la distribución, con presencia nuestra y respondiendo dudas. En promedio, contestar el cuestionario implicó entre 30 y 35 minutos, tiempo muy por arriba de lo esperado. Esta fase del trabajo implicó desde el 20 de mayo al 30 de julio de 2008.

Los centros en los que distribuimos el instrumento fueron:

#### **Raval**

- Casal de Gent Gran Josep Tarradellas
- Casal de Gent Gran Josep Trueta
- Club Sant Jordi Raval
- Casals de gent gran Esplai Pedró

#### **Eixample izquierdo**

- Federació d'Associacions de Gent Gran de Catalunya (FATEC)
- Casal de Gent Gran Sant Antoni

- 
- Casal Gent Gran Eixample
  - Espai de Gent Gran de l'Esquerra de l'Eixample
  - Club Sant Jordi Provença

### **La Verneda**

- Club Sant Jordi La Verneda
- Associació de Gent Gran Casal La Palmera
- Associació Casal Gent Gran Verneda Alta
- Casal d'Avis Provençals

### **Análisis de los datos provenientes del cuestionario**

Se procedió a elaborar un informe inicial, donde se detallaron las reflexiones críticas sobre los cuestionarios recibidos. Los principales inconvenientes fueron el exceso de tiempo en su contestación, el largo período que implicó obtener un número suficiente de cuestionarios, en algunos no se habían respondido todas las preguntas, los que quedaron descartados. Además, de las altas expectativas iniciales hacia la disposición de los mayores a contestar, lo que se vio influenciado negativamente por la llegada de las vacaciones, lo que conllevó estar más presente en los lugares abiertos.

En relación con la validez interna o fiabilidad del instrumento no se aplicó ninguna prueba en concreto ya que el cuestionario se orientaba principalmente a un estudio de carácter descriptivo, cuyos ítems se configuran fundamentalmente con variables nominales, no pretendiéndose la configuración de ninguna escala.

En el SPSS, se realizaron los análisis descriptivos univariados, expresados en frecuencias y porcentajes en las variables nominales u ordinales, así como medias y desviación típica en el caso de las variables de intervalo. Igualmente, se realizaron análisis bivariados entre ciertos ítems, utilizando tablas cruzadas que permitieron saber en el caso que las variables nominales u ordinales, si la distribución porcentual era significativamente diferente.



---

La elaboración del informe final fue complementando los datos provenientes del análisis cuantitativo como de los datos que provenían de la observación, las entrevistas y los grupos de discusión, con todos los datos disponibles se procedió a efectuar una interpretación de los resultados obtenidos.

## **LAS ENTREVISTAS**

La entrevista es un método que permite generar contenido a través de la interacción, más que recoger opiniones subjetivas de los entrevistados es una oportunidad para construir en conjunto, entrevistado – entrevistador, vivencias, creencias, sensaciones, datos, a través de diálogos.

La entrevista es un acto comunicativo, una conversación, en el que el sentido lo construyen mutuamente los interlocutores, donde el entrevistado construye un sentido subjetivo y el entrevistador trata de ser objetivo. Por ello, el entrevistador es el instrumento de investigación y su función no está sólo en hacer preguntas sino en saber cómo hacerlas, y para ello tiene que mantener una actitud de confianza en todo momento animando la conversación.

Las entrevistas en profundidad son "reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y los informantes, encuentros estos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes, respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas" (Taylor y Bogdan, 1986,1990).

Las razones para elegir este instrumento están tanto en la posición ontológica y epistemológica elegida para la investigación, mediante la cual los significados que los sujetos le otorgan a su vida y a su medio son coproducidos en la interacción con otros (Mason, 1996); como en la naturaleza de la problemática estudiada. Las entrevistas son útiles para captar hechos y situaciones pasadas, experiencias y percepciones complejas que se construyen narrándose y requieren de una elaboración por parte del sujeto. Y

---

aún más cuando lo que se indaga (la identidad y las representaciones) requieren de un “autoanálisis provocado y acompañado” mediante el cual la persona interrogada aprovecha la oportunidad para interrogarse a sí misma (Bourdieu, 1990). Además esta técnica, permite una posición activa y reflexiva del investigador en el proceso de generación de datos.

### **Entrevistas realizadas**

Para la realización de la entrevistas en profundidad, las que sumaron veinte, seguimos la trayectoria de las personas mayores, desde sus casas, sus paseos, su café en el bar, en sus reuniones en los centros sociales, a la salida de los colegios, en el transporte público, un sujeto y un objeto multisituado, en distintos y yuxtapuestos contextos. Ambientes privados, como fue en el comedor de sus viviendas, hasta en espacios públicos, como las fiestas de fin de curso de los niños. La privacidad no fue un factor que pudiera alterar o condicionar la intención de la conversación.

Las entrevistas tuvieron un tiempo aproximado de 40 a 45 minutos, donde el sujeto se explayaba, en otras ocasiones no. Con más de uno el encuentro se prolongó más allá de una cita puntual, aparecía nuevamente en el espacio observado, lo que generó un encuentro continuo, donde la conversación se prolongó más allá de los presupuestos iniciales. Observado y observador se reinterpretaban.

Las entrevistas se realizaron de manera sucesiva en distintos bloques de tiempo, no fueron agotadas como si se tratase de una parte del proceso de producción de significados, sino que se generaban en la medida que las trayectorias se volvían a presentar en un espacio compartido. Muchos de los que participaron en las primeras entrevistas ayudaron a facilitar el contacto con nuevos informantes.

El período en el que transcurrieron las entrevistas fue similar al tiempo en que duró el trabajo de campo, entre mayo y julio del 2008. En la mayoría de los casos fueron grabadas, en otros no, fundamentalmente porque en algunos

---

contextos la grabadora actuaba como un intimidador más que un facilitador de empatías.

Una preocupación fue proceder a su inmediata transcripción, por que permitía analizar el contenido, ver la dirección que tomaba la evidencia y así poder reconducir o profundizar la conversación sobre aquellos aspectos pasados por alto o que no fueron relevados, para los siguientes encuentros.

El marco donde se situó el guión de las entrevistas en profundidad fue en base a algunas consideraciones que creíamos medulares, sobretodo en aquellos aspectos que no podían ser obtenidos a través de los otros instrumentos: Las preguntas sobre su historia personal, lo que significaba ser y vivir en uno de los tres barrios, su percepción sobre la ciudad, su auto-percepción, de la vida familiar, de los miedos a la soledad, de la tercera edad, de quedar viudos o viudas, las necesidades de su edad, de la jubilación, de cómo los ven los demás, de la seguridad, del sentirse dependiente o independiente, de la lengua, del catalanismo, de las pérdidas, del tiempo que no se recupera, de las frustraciones, de los logros. Sobre el lugar que ocupa el teléfono móvil, si sirve para algo, para quién, de la compañía, de estar disponible.

Otras cinco entrevistas fueron planteadas de manera semi-estructuradas, a sujetos que contaban con experiencias subjetivas al estar expuestos a situaciones de convivencia con personas mayores, fundamentalmente por que a través de ellos se pretendía abordar aspectos muy precisos, como por ejemplo, cuando entrevistamos a un par de comerciales de tiendas de teléfonos móviles, con quienes tratamos de reconstruir la presencia de la persona mayor, cuando llega sola y cuando llega acompañada, en busca de un aparato, de cómo se presenta, qué pide, en qué se fija, cuáles son sus consultas, si siente presión. Esto también nos ayudó a conocer la impresión de los comerciales hacia este tipo de clientes, su valoración, las expectativas y la imagen que tienen de ellos. Otra entrevista en esta dirección fue, por ejemplo, a un peluquero, que día a día es testigo de la presencia de las personas mayores en su local, las conversaciones que emergen en ese espacio, los intereses, los temas que abordan. Otras dos entrevistas del mismo tipo fueron

---

formuladas a monitores de talleres, en las que participaban los mayores, con el fin de averiguar sobre los intereses involucrados, sus deseos, su disposición a relacionarse, sus inquietudes, las motivaciones y su participación.

En general, entre los entrevistados la tendencia fue centrarse en los asuntos que nos convocaban, las divagaciones y las reiteraciones, no fueron más que las que en cualquier encuentro conversacional. Eso sí, con unos más que otros se logró crear un clima informal, donde las preguntas no necesitaban un orden, emergían naturalmente mientras la conversación se sucedía. Mientras que en otros, sin un guión hubiese sido difícil llegar a sintonizar en una dirección.

### **La muestra**

Quienes participaron en las entrevistas en profundidad no fue a través de un acto mecánico, no fue llegar a un sitio y entrevistar a las primeras veinte personas que cruzaron sus trayectorias con el observador. Por el contrario, en algunas situaciones los encuentros no fructificaron, por distintas razones, como por ejemplo que el teléfono móvil no era un asunto que ameritase la atención, y por tanto, gastar tiempo en su valoración. En otros sitios, la entrevista fue consecuencia de la observación reiterada, donde era posible obtener una semblanza del sujeto lo que hacía potencialmente interesante; en otras, fue un acercamiento del propio sujeto al observador, quien mostró un interés personal por contar su historia. Por tanto el criterio de su selección fue absolutamente dado por los contextos y las situaciones, resguardando eso sí, que las características entre ellos prevalecieran, mayores de sesenta y cinco años y con una manifiesta disposición a participar en la vida social.

Las entrevistas se sucedieron en los tres sitios, de manera indistinta, tanto en el Raval, como en el Eixample y la Verbena.

### **Análisis de las entrevistas**

El modelo de análisis que empleados, a propósito de los principios del enfoque Etnográfico, consistió en relevar sentido a los acontecimientos y procesos declarados, desde la perspectiva de los participantes (principio émico), en un

contexto inmediato, pero teniendo en cuenta los factores macrocotextuales. En su interpretación era importante rescatar su propia voz, sus palabras, en tanto huellas de su identidad y de su pertenencia a una comunidad de discurso.

El tratamiento consistió en su transcripción literal de los datos de la entrevista y confrontación con las anotaciones efectuadas por el entrevistador, luego fueron agrupadas las respuestas en diferentes categorías de significado relevante. De esta manera se eliminaron redundancias, mediante la comprobación de la lista de significados relevantes, teniendo esta secuencia fue procedió a redactar un resumen de cada entrevista individual y establecer conclusiones parciales sobre las categorías analizadas. Finalmente, lo analizado en las entrevistas fue puesto en la Triangulación de los datos con los otras diferentes partes de la investigación.

#### **Técnica de recogida de datos.**

Los recursos que hemos utilizado ha sido la grabación en vídeo, la grabación de audio y la captura fotográfica, además de los guiones para las entrevistas y los grupos de discusión, y los cuadernos de campo y de registro.

## **GRUPOS DE DISCUSIÓN**

En la práctica, el grupo de discusión es una técnica de investigación que se implementa mediante la reunión de una serie de personas que conversan y aportan información e ideas alrededor del tema que se pretende investigar. Dichas personas están guiadas por un director o moderador que se ocupa del correcto desarrollo y aplicación de la técnica para alcanzar con éxito los objetivos planteados. Este método cualitativo consiste en "una discusión interactiva vagamente estructurada dirigida por un moderador, con un pequeño número de encuestados simultáneamente" (Kinnear y Taylor, 1998).

Para nuestro caso, esta técnica nos permitió reunir personas mayores e indagar sobre el discurso sobre los usos del teléfono móvil. El análisis discursivo nos dio una visión de la forma y del sentido en que los mayores le adjudican a esta

---

tecnología y la forma en que se replantean sus identidades y prácticas de acuerdo con esta nueva manera de comunicación.

Se realizaron cuatro sesiones de grupos focales en el transcurso del trabajo de campo, tanto uno al principio, dos al medio y uno al final, en el período de los tres meses comprometidos. Este enfoque cualitativo se utilizó para obtener una mejor comprensión de las experiencias de los participantes con el dispositivo de comunicación móvil.

Las sesiones de grupo duraron aproximadamente 1.5 horas. Con el fin de permitir las comparaciones entre los grupos, empleamos una guía de entrevista semi-estructurada en cada grupo de enfoque para explorar las opiniones y experiencias de los participantes con los móviles. Varias de las preguntas que se les pidió a cada grupo de enfoque se obtuvieron a partir de los resultados de las entrevistas en profundidad y del cuestionario, con el objetivo de aclarar algunas interpretaciones. Sólo un grupo fue grabado en video, los otros tres grupos prefirieron que la reunión no fuese grabada, el argumento principal para ello fue, principalmente en los dos grupos que se hicieron en bares, que no les parecía porque llamaba mucho la atención si se ponía una cámara a grabar. Pero todas fueron registradas en audio y transcritas.

Este tipo de encuentros permitieron, a través de la formulación de preguntas exploratorias, indagar sobre las actitudes, sentimientos y motivos de los usuarios con relación a las áreas que necesitan información. Lo ideal sería descubrir lo inesperado. Esto quiere decir que, por medio de la estimulación de ideas en una interactividad de grupo, se puede llegar a la buena comprensión de un problema específico. La ventaja es que se puede apreciar a los encuestados en persona, ver sus reacciones e inclusive escuchar sus ideas, con respuestas abiertas.

---

Para realizar estos grupos se tomaron en cuenta:

Homogeneidad de selección: Las personas del grupo de entrevistados tuvieron características homogéneas, esto con el fin de evitar polémicas y desviaciones a temas que no cumplieran los requisitos de los objetivos inicialmente trazados. Esto implicó que fuesen mayores de 65 años y que sean usuarios del teléfono móvil. Un sesgo fue que entre ellos se conocían, cuando lo recomendable para este tipo de técnicas es que los entrevistados no tengan relación entre sí, pero dada las circunstancias, y por la naturaleza de la investigación, consideramos que este hecho no implicaba una alteración de los posibles resultados. Es más, pensamos que esta circunstancia favorecería la confianza, pero a la vez podía implicar que por el hecho de conocerse, algunos temas no saldrían a la luz.

Los 4 grupos fueron constituidos de la siguiente manera. Uno fue con 4 personas, todos hombres, realizado en un bar de la Verneda. Otro, también con cuatro integrantes, esta vez solo mujeres, realizado en un Casals del barrio del Eixample, y dos fueron realizados en el Raval, uno de 5 integrantes, mixtos, realizado en un bar el barrio y otro, con 4 integrantes mujeres, efectuado en un club de personas mayores del barrio.

El criterio de la composición de los grupos: En el caso donde participaron sólo mujeres, fue porque contábamos con mayor número de entrevistas en profundidad y cuestionarios respondidos por hombres, por lo que nos faltaba agregar más participación femenina. El mismo criterio fue utilizado para el grupo que participaron sólo hombres. El mixto fue el grupo que se constituyó antes de iniciar la ronda de entrevistas y nos permitió tener una aproximación de ambos géneros antes de iniciar la etapa siguiente de la investigación.

También, en cuanto a su composición se privilegia que sean grupos entre 6 y 12 personas, pero no fue posible convocar más personas por grupos, ya que consideramos que lo importante no era el número, sino que la calidad de lo expresado. Para todos estos casos se privilegió la comodidad del ambiente, donde se sintieran cómodos, sin tensiones, en ambientes conocidos, donde tuvieran confianza. Todos venían informados previamente sobre el tema a

---

tratar, así como de la duración de la sesión, además de que no dudaron en aceptar la invitación, sobretodo por tratarse de un tema que para ellos es de "uso diario", además de que les permitiría compartir opiniones y puntos de vista. La duración prevista no se extendió, debido a los diferentes compromisos de cada uno de los participantes.

### **El análisis de los datos**

Las transcripciones de los datos provenientes de los grupos de discusión fueron analizados de la misma manera que el resto de la información recuperada con las otras técnicas, empleando el método comparativo constante (Strauss y Corbin, 1998), con ello permitió su rápido análisis, desplegar y categorizar las respuestas, adjuntar los comentarios y proceder a su interpretación, los que se incorporaban a los otros registros de las entrevistas en profundidad y a los resultados del cuestionario, construyendo las categorías. De esta manera fue más didáctico tener claro cuando nos encontrábamos ante una incidencia que no había surgido en otras instancias, las que eran redundantes o típicas.

Así, del material obtenido en los grupos de discusión, hubo datos que no habían sido registrados a través de otras técnicas, como por ejemplo los atributos asignados al teléfono móvil como artefacto, las asociaciones en tanto sujetos consumidores, salieron a relucir asuntos de precios, tarifas, planes, descontento con los operadores, impresión de la publicidad. Otros temas fueron relacionados con la intimidad, la molestia de perder algo de ella; la calidad de los vínculos con su red de contactos, y otros temas que se expondrán en el capítulo de los resultados.



---

## CAPÍTULO V

# ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

---

## SÍNTESIS DE LA OBSERVACIÓN OBJETO Y SUJETO MULTI-SITUADO Barrio del Raval, Eixample y la Verneda

### 1.1- Observación del Raval

El barrio del Raval tiene la particularidad de poseer las más diversas características culturales como consecuencia de estar al centro de la ciudad de Barcelona. Conocido como el barrio "chino", cercano al puerto, desde siempre se le ha relacionado con la prostitución, la vida nocturna y todo lo que habitualmente se encuentra en los barrios de estas características en las ciudades portuarias. Inevitablemente, las cerca de cincuenta mil personas que habitan ese espacio tienen mucho, poco o nada que ver con ese mundo. "Es un barrio duro, es un barrio bravo" (Manuel, 76 años).

En los últimos años se ha poblado con inmigrantes de diferentes partes del mundo, cada calle es un paisaje donde existen magrebíes, filipinos, subsaharianos, caribeños, indopakistaníes, latinoamericanos y, por supuesto que catalanes, españoles y gitanos, quienes eran los habitantes tradicionales, y que cada día al levantarse menos personas reconocen. Todos ellos conviven, otros sobreviven; unos se integran, otros se aíslan, cada uno a su manera.

Dentro de las familias españolas, se constatan orígenes diversos, rurales y urbanos, desde familias con un historial proveniente por lo general del sur de España, preferentemente desde Andalucía, como también venidos de otros lugares como Extremadura. Asimismo, es posible encontrar familias con un

---

antiguo historial al interior del barrio, sobre todo en los sectores más antiguos como por ejemplo, la zona que linda con el mercado de La Boquería.

Tanto para los inmigrantes de hace cincuenta años, como para los de hoy, asentarse en el barrio se debe principalmente a razones económicas, buscar mejorar la vida ha sido el argumento de sus trayectorias. Contar con mejores acceso a los servicios y poder disponer de fuentes laborales. La permanencia, en muchos casos lamentadas y sufridas, se relaciona directamente con esto, ya que muchos se querían ir, pero esta situado en un lugar estratégico de la ciudad, donde se permite transitar hacia distintos lugares del espacio metropolitano, y por que entre sus calles hay una considerada concentración de comercio y servicios públicos que permiten tramitar permisos de residencias, recurrir a la asistencia sanitaria, llevar a los nietos a guarderías, escuelas, colegios y universidades, donde los niños se mezclan en una diversidad de lenguas, olores y colores.

Esta observación abarcó un sector tradicional del barrio: el sector del MACBA, Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (calle Pintor Fortuny, calle Joaquín Costa, calle Valdonzella, calle Xuclá).

## **1.2- Cotidianidad.**

La trayectoria de las personas mayores por el barrio se traza entre calles angostas, donde el silencio no es un aliado, murmullos, gritos, los incesantes camiones de la basura que a toda hora buscan sus mercancías, container entre abiertos, donde más de uno se juega su fortuna. *“He llegado hasta buscar comida en los containers, ahora busco ropa, la que está en buenas condiciones las vendo ahí en la calle Hospital” (Alicia, 68 años).*

Distintas lenguas y religiones se esparcen entre restaurantes de moda y bodegas añejas. Masas de turistas que van y vienen, a toda hora, todos los días. Un barrio que no descansa. Los “skate Macba”, multitud de adolescentes que con la tabla pegada al cemento y sus vaqueros casi cayendo se han apropiado de un rincón del espacio “ravalero”. Un barrio que se muestra perplejo, construcciones antiguas que se encuentran con espacios de diseño,

---

un espacio contradictorio donde lo marginal se convierte en espectáculo, donde lo más invisible se transforma visible, desde las infidelidades hasta la desazón, desde los Gigants hasta el Sònar, desde el que afila cuchillos hasta el Hotel Camper. Los mayores han sido y son testigos de una transformación, de cómo las tradicionales viviendas han dado paso a piezas alquiladas por hora, dando forma a pequeñas comunidades al interior, micro-mundos incrustados en otros micro-mundos. *“El barrio antes era algo familiar, si pudiera me iría de este barrio, ahora es un vertedero, deteriorado, un verdadero chorizo”* (Francisca, 71 años).

Todo está a la vista del transeúnte. Es absolutamente imaginable que vivan familias en condiciones de precariedad a pocas cuadras del centro de la capital catalana. Dejó de ser extraño, el encanto de la decadencia vale para ser capturado en una fotografía que retrata las contradicciones de la Barcelona fashion.

Es así, como también al interior de los edificios, cada departamento alquilado se transforma en un soporte habitacional vital para muchas familias, estableciendo un “hogar” en espacios muy reducidos que deben compartir hasta nueve personas entre adultos y niños.

Bajo estas condiciones, la dinámica familiar que se da al interior de estos hogares se relaciona con la utilización de un mismo espacio pero con múltiples fines. Es así como los escasos metros cuadrados van mutando en la medida que transcurre el día, las camas desaparecen para dar paso al comedor, living, sala de juegos, lugar de reunión familiar, taller laboral, etc. Esta situación tan cotidiana lleva a los mayores a ocupar los lugares públicos, obligados a dejar espacio para los pequeños de la casa y para que las mujeres realicen y coordinen las labores domésticas dentro de sus hogares. Por las plazas del barrio, desde las 9 de la mañana, cuando el tiempo lo permite, empieza una nueva apropiación. El sol aleja a los que pilló la noche, la mañana avanza y aparecen los mayores de caminar cansino, portando su diario gratuito, se sientan en los bancos de la plaza interior del Centro Cultural de Barcelona, CCCB, o en la Plaza de la calle Ramelleres.

Son los mismos cada día, pero entre ellos hay solo un levantar de cejas. No necesitan más. Se cruzan mayores que habitan hace muchos años en la misma vecindad, con otros extraños, que llegan y se van. *“En el barrio ha cambiado todo, pero me sigue gustando, hay gente muy maja, hay gente valiosa” (Ricardo, 65 años).*

El teléfono móvil no aparece por ninguna parte, no se les nota entre sus ropas, lo más probable que no sea un elemento necesario de mostrar. Son todos hombres, no hay acaso mujeres mayores que deseen estirar sus cuerpos y desparramarse por los asientos de diseño que el ayuntamiento ha dispuesto para el goce ciudadano.

Entrada la mañana se siente el tradicional tono Nokia tune, y una persona mayor saca desde su bolsillo del pantalón de tela, un móvil pequeño, con tapa deslizante y se escucha que le piden información sobre el sitio en que se encuentra, él procede a dar las coordenadas y la conversación finaliza. Pasan unos minutos y otro móvil suena, es de otra persona mayor que está parada a un costado del jardín. Lo contesta –su teléfono no es tan pequeño- y se extiende en la conversación, le cuenta a su interlocutor en qué ocupó el tiempo en sus vacaciones. No se deja detalle, habla como si estuviese mejor que en su casa. Luego corta. Al rato se acerca una señora con un perro, se dirige al de la primera llamada, no le dice nada, sólo le entrega el perro. Éste tampoco mira al perro, le quita la correa y lo deja que corra. Mientras su mascota olfatea el trasero de otros perros, toma una hoja del periódico gratuito y la arruga, está preparado para ir a recoger la deposición de su compañero. Termina la faena. La plaza adquiere más movimiento en la medida que se acerca la hora de almorzar, oficinistas ocupan las terrazas, dependientas salen con su cigarro, otros mayores también aparecen. Un par de sonidos de móviles se confunden con las voces que en cada momento aumentan su intensidad. Ancianos y perros cruzan sus trayectorias.

Dos mujeres mayores llegan a una terraza, se sientan y luego de unos minutos les traen un par de cafés en diminutas tazas. Se colocan en una disposición

---

que le permitan que sus rostros reciban un poco de sol. No son del barrio o si lo son por un momento. Dejan ver sus móviles encima de la mesa, junto a la propina. Una toma su móvil y escribe un mensaje de texto. Luego de unos minutos una le dice a la otra que debe irse, quedó de juntarse con su hija en La Boquería. Se levanta y se va. La que queda pide un vaso de agua, y mientras pasa el rato, mantiene en sus manos su teléfono, lo mira, lo explora. Luego también se va.

Es curioso pero pareciera que los mayores del barrio, en vez de mirar al infinito trataran de encontrarse en alguna parte, hay una identificación y delimitación de fronteras dentro de su propio entorno y otro, relacionado con lo que ven, con lo que la ciudad, como referente urbano y social, le proporciona. *"Tengo familia, pero es como si no tuviera, pasan de mí...mi familia era todo, espero que no sea tarde para conocer el lado bueno de la vida"* (Manolo, 75 años).

De esta manera, se establecen fronteras al interior del barrio que les permite identificar y establecer alteridades y reconocimientos entre las personas. Por lo general, los límites geográficos pueden comenzar en la cuadra siguiente como varias calles más allá, lo cual señala lo relativo y la especificidad que asume el tema al interior del barrio. Cuando las personas hablan de "su barrio", están diciendo que los niveles de reconocimiento son muy íntimos, que incluye a sus vecinos más próximos y a los que no lo son.

Esta identificación de fronteras internas es clave a la hora de establecer distancias y cercanías con los pares y con los otros. Los mayores que poseen una fuerte y arraigada historia familiar en el barrio, es posible que identifiquen como sus pares a otras familias o personas que tienen historias o características similares a las de ellos, estableciéndose redes de apoyo, solidaridad y protección. Incluso, se construyen redes de parentesco entre ellos. Cada día hay menos personas que conozcan.

Ahora, muy por encima de cualquier expectativa uno de los mayores, que hace poco ha llegado a la plaza, hace una llamada a través de su móvil. Es una llamada de confirmación, que ha llegado. Mira hacia todos lados. Pasan

---

unos minutos y vuelve a llamar. Corta y al rato aparece una mujer mayor, se besan suavemente y se sientan en una terraza. Piden dos cafés cortados.

La alteridad también se desarrolla frente a la propia urbe, como ciudad de tránsito, por donde circulan a diario "los otros", los cuales no sólo se identifican al interior del barrio sino también fuera de sus fronteras. Es así como los mayores del barrio pueden establecer con mayor claridad procesos de alteridad debido al permanente contacto que tienen con el epicentro de la ciudad, ya que su trayectoria la deben compartir con el "otro" que viene de paso. De esta manera, los mayores identifican claramente los sectores socialmente distintos a los de ellos. Esta significación de los referentes ciudadanos es muy potente ya que reafirman la existencia de múltiples y culturalmente ricos imaginarios de la ciudad, los que adoptan las más variadas formas. Una periferia en el pleno centro de la capital catalana, que se argumenta con distintos valores, con diversas justificaciones y desde muchas visiones y contenidos. La columna vertebral de la ciudad puede ser perfectamente una que provenga del barrio, y a la vez una de la ciudad puede articular la del barrio, desde la Rambla de Canaletes, pasando por Tallers, Elisabets o la calle Carmen.

## **2.1- Observación del Eixample**

A cualquier hora transitar por las calles Córcega, Mallorca, Muntaner y Casanova es un placer. Tiendas de modas con pequeños almacenes, señoras mayores con dificultad de desplazamiento que deben ser acompañadas para que sus cuerpos puedan hacer presencia en un barrio histórico, testigo de la clase pudiente catalana y del boom industrial del siglo XIX. De este espacio que fue laboratorio para que los arquitectos de la ciudad planearan amplios bulevares diagonales que conectasen la Barcelona antigua con el nuevo suelo burgués.

Un barrio donde la tranquilidad sólo a horas muy precisas sufre transformaciones, cuando los niños entran y salen del colegio. El resto del día hay un recorrido continuo, sin mayores alteraciones. La gente mayor se saluda

---

entre ellos, salen de sus casas bien vestidas, aunque su único destino sea comprar el pan para el desayuno. El catalán suena más en sus calles. Las calles están limpias, las murallas son alteradas por las cartas de menú de mediodía. Los mayores entran y salen de sus edificios, van y vienen, hacer el recado es la operación de las primeras horas del día. Pero no de cualquier tipo de edificios, no de aquellos que se producen en serie y se venden por catálogos, por el contrario, cada uno tiene su estilo propio, cuán más significativo que otro, todo dentro de un único e irrepetible conjunto arquitectónico modernista.

Sus calles son amplias y nítidas, con gran profundidad, el campo de visión es de un gran angular, permite ver muchas cosas a la vez. Sigue manteniendo esa expresión del espacio llano, de como los huertos de los payeses de Gràcia y de Barcelona, dieran paso a este moderno rincón catalán, en el que se mezclan hombres y mujeres, día y noche, técnicas decorativas con los "todos a 100", peluquerías de diseño con sastrerías; estucos, esgrafiados, cristales emplomados de los vitrales con ascensores destrozados y graffiti incrustados. Todo en una curiosa armonía. Por la tarde, los mayores acompañan a sus nietos a merendar, entre magdalenas, cocas y zumos, cargan mochilas "disney" y vuelven a desaparecer entre los portales.

Este barrio es la expresión del espíritu de una época, sensato, cauto y acogedor. Testigo de la desaparición de las murallas medievales de Barcelona y de una transformación urbana necesaria para acoger a los nuevos ciudadanos que emergían con el inicio de la industrialización.

Un espacio que debía ampliarse, ensancharse, el "ensanche", el eixample. Una ciudad que requería un plan, un lugar que necesitaba pensarse asimismo. Rovira i Trias y Ildefons Cerdà, planteaban sus propuestas a punta de planos y de reglas. La cuadrícula de Cerdà se impuso, quería diseñar una ciudad igualitaria, donde no se diferenciaran unos barrios de otros por las condiciones de vida impuestas. Los mismos servicios se preveían uniformemente para todos los rincones. Se basaba en una gran red de calles perpendiculares y traveseras. Todas ellas uniformes, excepto dos vías sesgadas superpuestas -la

---

Diagonal y la Meridiana- y la Gran Vía de les Corts Catalanes, previó el reparto uniforme de zonas de servicios, como mercados, centros sociales e iglesias, y unos grandes parques de distrito. Las manzanas no eran exactamente cuadradas ya que, para facilitar la visibilidad, en las esquinas se cortaban los ángulos en forma de canto. Cerdà entendía que la salud de los ciudadanos dependía también de poder vivir en unas casas muy iluminadas, por donde circulara el aire limpio. El Eixample se resiste a perder su encanto, sus habitantes también.

La observación en este barrio se situó en el Eixample Izquierdo (calle Mallorca, calle Casanova, calle, Floridablanca y calle d'Urgell)

## **2.2- Cotidianidad.**

La persona mayor habitante de este barrio de Barcelona, se crea y recrea en base al recuerdo de un pasado mejor, pero con una proyección sobre el futuro que se sostiene a través de un presente estable, una identidad que guarda relación directa con el sentido de pertenencia y de identidad que el habitante tiene con el barrio y la vivienda que ocupa. Es radicalmente distinto lo que ocurre con quien habita una casa de siempre, que lo ha cobijado por largo tiempo y entre quien habita una casa ajena, que desea abandonar prontamente. En el primer caso, abundan los recuerdos, los adornos se transponen, fotografías, colgantes y plantas. No es sólo una infraestructura, es un estilo, un espacio que da cuenta de las expresiones estéticas de quien la ocupa. No existe ni la más mínima intención de trasladarse. Ese es su barrio, para bien o para mal, él y ella son el mismo barrio.

Parte de este barrio se recrea en la apariencia, pero no de una manera lastimosa, sino que de una producción constante de situaciones que articulan, una y otra vez, el tejido vivencial de sus parroquianos, que los hacen sentirse habitantes legítimos y legitimados de la ciudad.

Una vez dentro, una llamada al teléfono móvil interrumpe la contemplación de la fotografía de la bisabuela. "*Que bueno...no alcanzaba a llegar*", sólo eso se



escuchó. Las miradas volvieron a la fotografía de sepia que está en los más alto de una vitrina que guarda un par de copas de cristal, en donde ya no hay juegos, sólo una que otra dan testimonio de aquel tiempo en que se llenaron de vida en una comida dominical. *“Era del taller, que suspendían la actividad de hoy...será mañana”* dice la Sra. Anna. Abren la puerta, entra su compañero, cargando dos bolsas del supermercado “Caprabo” de la esquina... *“dónde dejo esto”... “donde siempre”*, no hay más diálogo.

Se reinicia el diálogo *“quién va a buscar al nieto hoy...voy yo, no?...tú tienes taller”*. *“Ya no”*. *“Espera que llame a la hija y le pregunto”*. Nuevamente, otro móvil aparece, esta vez desde el pantalón de don Miquel *“pero llama del fijo...que a esta hora está en la oficina”... “no...ya debe haber salido a comer”*. Le gustan las flores, mientras apunta a unas macetas que cuelgan desde el balcón. *“Vale...de acuerdo”*, *“nada, que vaya uno de nosotros a por el crío”*.

La vivienda es mostrada en plenitud, ningún rincón se esconde, no hay nada que ocultar. Todo tiene una explicación. El descontento tiene una explicación. Las llaves que gotean, uno que otro parquet roto, un par de murallas descascaradas. Pero eso es lo que tiene un hogar, te gusta simplemente por que es tuyo.

*“Que sí...a las 5 menos 20”*, le confirman la hora de la recogida del menor de los nietos. *“Espere que llamaré a la Mireia para avisarle que el taller se cambió para mañana”*, la Sra. Anna se va a su habitación a realizar la llamada. Las miradas vuelven a la vivienda, se nota la disposición de embellecerlas con adornos que dan cuenta de sus particulares gustos. *“Este, el de aquí, es el mayor”*, una serie de fotografías, en distintos marcos, y ordenadamente dispuestas sobre una mesa de madera, enseñan el rostro de un nutrido contingente familiar. *“En esta estábamos en Murcia”*.

El tiempo y los espacios han dado lugar a nuevas fotografías, de nuevos integrantes, imágenes con marcos impresos por los establecimientos educacionales a los que pertenecen los estudiantes, en donde se precisa el

---

curso y la naturaleza del logro, ya sea el paso a un curso superior o la graduación del colegio. Las fotografías son presencia, son compañía.

*“Te dejé mensaje en el contestador, lo revisaste. Si lo de hoy no va, para mañana”, “de acuerdo, hasta luego maja”, se escucha con claridad.*

Las fotografías muestran un futuro deseado, todos riendo, abrazados. *“La de ahí es mi madre”.*

En otro estante hay unas medallas de cuando el marido practicaba atletismo. Es bueno mirarlas de tanto en tanto, también los mayores acumulan logros, y es legítimo su reconocimiento. Por supuesto que la historia de esa carrera fue narrada con detalles.

En esta vivienda además ocupa un lugar las imágenes religiosas y crucifijos. Es la forma de vincularse con su fe. No son altares, ni mucho menos, sólo pequeños indicativos, tampoco ocupan ningún espacio importante, para eso ya están las fotografías, con las que tienen mayor vínculo espiritual. En un rincón de la habitación más grande, en una caja de plástico transparente, sobresalen un par de peluches, son para cuando vienen los nietos.

*“El móvil a mi me ha ayudado un montón. Hace unos años no salía de casa, pero desde un tiempo que comencé a participar en talleres, salidas e ir de paseo...con esta amiga que llamé nos incorporamos juntas...yo le dije...mira, si tu entras yo también, pero sola no. Y la verdad que me ha sido útil este aparatito...además que es mono”. “Yo le dije que saliera, que hiciera cosas, que no sacaba nada con quedarse todo el día en casa”, “Si, yo llevo más tiempo participando en actividades del club”. “Cuando estábamos los dos, todo el día en casa, discutíamos más...bueno cuando uno se va poniendo viejo, tampoco le quedan muchas ganas de discutir”. “Perdone, no le he ofrecido nada, un vaso de agua”.*

La casa no tiene elementos chabacanos, que distorsionen la relación estética de sus integrantes con los objetos. No hay flores de plástico o figurillas de yeso,

---

ni relojes murales con la insignia de un club. No es que este tipo de adornos sean especialmente vulgares, sino que en esta vivienda no tendrían un lugar.

El barrio es valorado como algo propio. Es un espacio cercano, tiene belleza, por sus calles han transitado sus vidas hace más de 70 años. No hay reparos, asumen los cambios como parte de la vida, las transformaciones son necesarias, si ellos han cambiado su barrio también.

Quizás hoy sus vínculos sean más débiles con su entorno, porque la comunidad ha sido reemplazada por remodelaciones y nuevos vecinos. La máxima es que *"no nos metemos con nadie"*, no por una inapetencia social, sino que sus fuerzas también se han visto resentidas, por lo que prefieren orientarlas hacia aquellos ámbitos donde saben el tipo de recompensa que obtendrán. No por ser calculadores ni que nieguen a la posibilidad de relacionarse con nuevas personas, sino más bien por un tema tan práctico como la tranquilidad. Una tranquilidad que no cierra la puerta a los "otros", ni desvalora el contacto con la comunidad. Entonces, en ese *"no me meto con nadie"*, reposa la esencia misma de la ambigüedad de la construcción de lo social, *"digo que no me importa, pero sé que me importa"*. No hay necesidad de seguir ahondando. Un timbre suena desde móvil, *"ah, es mi hijo...eso quiere decir que está en casa"...* *"ay...se hizo tarde...se queda a comer"*.

Para las personas mayores, uno de los principales contextos de comunicación móvil en la vida cotidiana es en el hogar, con su contexto de la familia y de las relaciones implicadas. La "casa" está lejos de ser neutral, por el contrario son espacios sociales fuertemente marcados por significados culturales compartidos. Cuando la mujer se marcha, se aleja de lo visible, y efectúa su llamada de teléfono móvil construye su propio espacio privado, alejado de las miradas, pero cuando recibe la llamada, la pone en común, y la retransmite, para que los que están presentes físicamente se hagan parte y se enteren de los detalles.

Este juego de doble entrada, no es igual el "hacer" una llamada, que "recibir" una llamada. Hay una práctica consciente que, dependiendo de la

---

conveniencia, es perfectamente posible construir un espacio privado en el interior de la casa, y a la vez definirlo como un "espacio público".

Puede ser un lugar necesario para construir un espacio personal, un íntimo oasis lejos de la mirada y los oídos de los otros miembros de la familia, y a la vez un escape donde exponer sus comunicaciones. El teléfono móvil permite marcar ambos límites, visibles e invisibles.

Las peluquerías son otros micro-mundos. Eduard no para, mientras se levanta una, otra mujer mayor se sienta. Toca el timbre, entra una mujer mayor portando un plato de comida. "Gracias", "ella, tan maja, cada día me trae la comida...no, no es nada mío, es una vecina de allí enfrente...todos los días baja a conversar con nosotros y nos trae la comida". Eduard se sabe el nombre de cada una, por más que lean revistas y vean nuevos peinados, la laca no la abandonan. Dos mujeres mayores, sentadas a un costado de esas máquinas que se ponen en la cabeza, de esas que dan la sensación que en cualquier momento pueden ser abducidas hacia el más allá del universo de los peines, pinches y tubos, se explican unas a otras con el teléfono móvil con la mano:

*"Mira me llegó una foto de mis nietos, están de vacaciones en Formentera"....  
"espera niña... déjame recordar como se hace esto...mmm...abro el mensaje...menú, galería, imágenes....ay, no. ¿Cómo era?...ah, ya. Ahí está, ¡mira que morenas están!, se nota que están de vacaciones, "mira la barriga de tu yerno..."*

Si tratamos de imaginar esta escena, podemos ver en qué medida el móvil ha cambiado la naturaleza de estos "lugares", dando lugar a una actividad social que es una situación significativa en las que las personas construyen sus vínculos sociales. A través del teléfono móvil están diciendo a los demás que están allí, que están en contacto. En una palabra, estos datos confirman la validez de su contrato de amistad, que supone que los miembros están en "contacto permanente", que le permita buscarse el uno al otro.

---

### 3.1- Observación de la Verneda

Bordeado por el Besòs, instalado en el extrarradio de Barcelona, hacia el noreste, en terrenos destinados mayoritariamente al cultivo, emerge este barrio, cuyo nombre hace referencia a unos árboles que crecían en los márgenes de los ríos, el "vern", en castellano el "aliso".

El primer conjunto de pisos fueron construidos en la década de los '50, impulsados por el Patronato Municipal de la Vivienda, en la zona de la Vía Trajana. Actualmente, todavía dan testimonio de esa etapa una serie de viviendas pertenecientes al Patronato. Unas viviendas, que con sus ocupantes han tejido una relación muy peculiar, una desvinculación casi imposible, donde el departamento es heredado y vuelto a heredar; y si el propietario decide venderla, pero si aún ésta no está pagada, solo puede ofrecérsela al mismo Patronato. *"Si me pudiera ir me iría mañana mismo, pero no puedo, aún no termino de pagar el departamento"* (Joana, 66 años).

El conjunto más importante de viviendas es el La Pau, situado entre las calle Guipúzcoa y la Gran Vía de les Corts Catalanes. El desarrollo de Barcelona implicaba nuevos retos para el espacio urbano y la vida social, y necesitaba respuestas ante una gran demanda de nuevos habitantes, en su mayoría trabajadores y obreros españoles provenientes desde Andalucía, que requerían contar con viviendas y residencias económicas para albergar a sus familias. Sin mayor planificación ni detalle urbano, las construcciones se elevaron, sin tener en cuenta el aprovisionamiento de servicios para los nuevos residentes. Esta es una características de este sector, precisamente por su carácter trabajador y obrero y por su capacidad de organización, han protagonizado una serie de reivindicaciones vecinales que han permitido evidenciar este renovado barrio.

El barrio ha ido creciendo junto con su población y mejorando con el paso de los años y con la fuerza reivindicativa de sus habitantes. Los llegados del sur de España se fueron poco a poco integrando con la población originaria, de cuyos enlaces surgieron los hijos del famoso "baby boom" de los '60. No fue una integración fácil, estuvo llena de tensiones, hubo resistencias a la manera

---

de concebir la composición de un espacio urbano que se expresaba mediante la agrupación y contención en grandes bloques de vivienda de todos aquellos que provenían de afuera. Y los de afuera con los de más afuera.

Los primeros conjuntos de viviendas tuvieron que ser sustituidos por unos nuevos bloques, en su momento cundió el pánico, los vecinos tuvieron que enterarse que los materiales podían enfermarse. Las antiguas viviendas estaban afectadas por "aluminosis", el hormigón perdía propiedades y resistencia, poniendo en peligro la estabilidad del edificio y de sus habitantes. Algunos de los grandes bloques de pisos del grupo de La Pau también tuvieron que ser reconstruidos por la misma causa. Los demás bloques fueron nuevamente pintados y remodelados, esta vez su estética se acercaba más a las tendencias de la ciudad.

De un tiempo hasta ahora, se han construido jardines, se han ampliado las calles, las Ramblas han articulado las trayectorias de sus residentes, nuevas vías para el tránsito de bicicletas, hay una sensación de bienestar en el ambiente.

La mirada en este barrio se sitúa entre las calles Agricultura, Rambla de Guipúzcoa, Rambla de Prim y la calle Santander.

### **3.2- Cotidianidad.**

La trayectoria de las personas mayores por el barrio se traza entre las principales calles remodeladas en forma de ramblas, donde el ir y venir de las personas es continuo y abundante. Son calles muy largas que cruzan el barrio de lado a lado, de forma vertical y horizontal, con grandes bloques de viviendas y con una amplia provisión de edificios sociales y sanitarios, que albergan una cantidad de servicios que hacen frente a las demandas de más de setenta mil vecinos.

Sus calles presentan un continuo de establecimientos comerciales, que favorecen ese constante murmullo en el ambiente. Tiendas que permanecen abiertas 12 horas al día, con una diversidad de ofertas, desde

---

electrodomésticos, créditos bancarios, tapas de morcilla, hiervas para la artritis y zapatillas para gimnasia. Los tradicionales dueños de bares también vieron como el comercio se transformaba, chinos y pakistaníes formaban parte del paisaje del barrio.

En las horas punta, el tránsito de vehículos y de personas es agotador, escolares y obreros corren para introducirse al interior de la línea 2 del metro, inaugurada hace unos pocos años, y de la línea 4, construida ya hará unos 30 años. Otros prefieren recurrir a las líneas de autobús, que cruzan sus calles con paradas muy próximas unas de otras. En cada cuadra el bus se detiene, será por la gran cantidad de gente que se sube cada vez.

Una vez que pasa la hora de entrada al colegio y luego que los trabajadores se han desparramado por la ciudad, el barrio vuelve a la calma. Aparecen otros tipos de transeúntes, entre ellos, la persona mayor, más calmado, ese que va por los recados, que asiste a centros comunitarios, que ocupa zonas de esparcimiento, que va tras la receta al consultorio, el que va de compras al pequeño comercio, que despliega el periódico justo en la página deportiva.

Aquí se observa una vida más de bares, donde se albergan las fuentes de noticias del barrio, cada sujeto es una propia fuente. Las mayores se echan una charla con los amigos, sentados en los bancos que se han situado de una manera estratégica a lo largo de las calles principales del barrio, esos asientos están tan expuestos a la vista de todos, que más que sentarse para ver, es sentarse para ser visto.

Hace calor, es Junio, los mayores no aguantan mucho tiempo sentados, deben buscar la sombra. En algunos de ellos es posible ver que llevan teléfonos móviles, por que lo portan en la mano y otro en una cartuchera sujeta al cinturón del pantalón.

Un hombre mayor, sentado a la salida del metro, se le ve con el ceño fruncido, intenta descubrir cómo se leen los mensajes de texto, *"sí lo sabía, ya los había leído otras veces"*. Era de su hijo, para que no olvidase recoger la ropa de la

tintorería. Le costó, aunque no lo reconozca. Mientras descifraba el mensaje, pasaba una chica hablando con manos libres de su móvil, lo hacía en voz alta, nadie no podía escuchar que iba camino al Fnac del Triangle. El señor mayor la miró, más que por los prominentes atributos físicos, por la curiosidad de ver donde llevaba el móvil.

A lo largo de Guipúzcoa se ven algunas parejas de personas mayores paseando, como una consagrada rutina de ejercicio diario. El teléfono móvil no está tan presente en el espacio público, cuando alguno se hace sentir, es de tanto en tanto, y las conversaciones son muy cortas.

El señor del mensaje de texto sigue sentado, está terminando de leer el "Sport", la noticia es si Eto'o se va o se queda en el Barça. Antes de levantarse mira su móvil, le pasa la manga de su camisa por la pantalla, se fija en algún detalle, está verificando la hora que es. Se marcha, se coloca el móvil en el bolsillo del pantalón, una vez que lo ha hecho, por encima del pantalón confirma que está en su sitio. Tranquilo, está localizable.

Los días se van sucediendo. Una mañana, dos mujeres sentadas en los bancos de Guipúzcoa, cada una con el teléfono móvil en sus manos, una acaba de recibir un mensaje de texto y se lo muestra a la otra. Los dos llevan un modelo de teléfono móvil con cámara de fotos *"Era un mensaje de la compañía, me ofrecen unas llamadas a menos céntimos"..."A mí también me llegó el mismo mensaje"..."¿se podrán de acuerdo para enviar los mensajes?" "Nunca recibo mensajes, pero en esta semana ya dos compañías distintas me han realizado ofertas para cambiarme" "Y cómo obtienen nuestros números"..."ellos lo tienen todo"..."si por el fijo me llaman a cada rato para ofrecerme nuevos planes" "Ya contesto molesta...siempre llaman cuando uno está cenando"..."Si es molesto, nunca he cambiado de plan, no creo en ninguna oferta...todos mienten"*.

Otro día, a media tarde. En un bar de la calle Agricultura. Dos personas mayores están jugando una partida de cartas. Uno recibe un mensaje de texto: *"es mi hijo...me dice que irá esta tarde a casa a dejarme unos papeles*



---

*para que los lleve al Consultorio"... "Si es que al nieto le tuvieron que sacar unas radiografías y hay que llevárselas al doctor de cabecera"... "No le vas a contestar"... "No, si sólo me está avisando que pasará por casa"... ya, sigue jugando.*

Ya comienza el verano, se terminan los talleres y los cursos que se imparten en las organizaciones públicas y privadas. En el barrio llegaba a su fin uno de estos cursos que le enseñan a los mayores a usar el teléfono móvil. Lo han organizando los Clubs Sant Jordi de la CaixaCatalunya, junto con la Cruz roja. Comienzan a llegar los mayores, en su mayoría mujeres, todas muy puntuales. La monitora les da la bienvenida, y en un tono acogedor les consulta si prefieren que la sesión sea en castellano o en catalán. Se prefiere el castellano.

Todas y todos muy bien presentados. Los primeros comentarios que se escuchan son "lo detesto", "odio este aparato", "no tengo idea de cómo buscar un número en la agenda", "señorita, cómo se borran las llamadas perdidas". Eso sí, algunas participantes directamente preguntan "cómo se envía un mensaje multimedia" o "cómo reenvío un SMS", las que se sienten más capacitadas de todas maneras se quedan, sólo una se retira.

La reunión comienza con una explicación de los objetivos de la sesión y del resultado que se espera. Todos muy atentos a la introducción. No quieren perderse ningún detalle, mientras sus teléfonos descansan tímidamente en sus manos. Los aspectos básicos iniciales tienen que ver con las compañías operadoras, los tipos de contrato; el PIN y el PUK; las partes del móvil, la batería y la tarjeta SIM; abrir, cerrar, encender y apagar el aparato... "Mira, nunca había abierto mi teléfono", "qué pequeñita la tarjeta", "no sabía que usaba batería", "cuánto tiempo recargo la batería", "claro que me sé mi código PIN, es mi clave secreta", "ay, si me lo sabía". Cada una se toma su tiempo, en compañía de la monitora, para conocer su propio teléfono, cada sujeto y cada móvil es un propio mundo.

---

Llega la pausa. Hay más confianza, los teléfonos que estaban tímidamente en las manos de sus usuarios son expuestos espontáneamente al resto. Se comentan unas a otras "el teclado del tuyo es más grande", "mi hija me regaló este que tiene cámara", "sabes para que es eso del bluetooth", "tengo tarifa plana", "deja ver tu teléfono, que mono es"... las monitoras también aprovechan la pausa para comentar lo hecho hasta ahora y de enfatizar sobre lo que viene en el segundo bloque.

En la segunda parte tendrán que guardar un número y luego buscarlo en la agenda. Algunas llevan una agenda de papel donde tienen anotados los números telefónicos, porque sencillamente no saben cómo guardar los números en el móvil. Visualmente la monitora les indica la posición de las letras en las teclas, les pide que las identifiquen... El número que guardarán será el "112", se sorprenden de todo lo que ese número les puede ayudar. Individualmente comienzan con la tarea. La que se le olvidó el PIN mira al resto y trata de colaborar con su compañera más cercana, "dónde está la agenda en el mío", "aquí no aparece guardar", "no vayas a llamar al 112", "mira, lo he guardado...ah, yo también", "ay, dame tú número para guardarlo", "he guardado el de mi hija", "pit-pit, mira te mandé un mensaje".

Tienen la sensación de haber conseguido un logro importante, "ojala no se me olvide", "tienes que practicar, chata". Ha sido una buena oportunidad para conocer su teléfono, aquel que portan diariamente, al que llevan a todas partes, con el que se comunican con sus nietos, con el que son ubicables, con el que confirman si van por la tarde al club. Se sienten satisfechas. Han pasado tres horas, el taller finaliza.

Estos talleres de alfabetización de la comunicación móvil son una acertada instancia para promover la curiosidad y la co-experiencia entre sujetos que normalmente ocupan su móvil para interactuar con otras generaciones, por lo que hay bastante contención entre el tipo de intercambio. De ahí que una reunión entre pares se constituye en una instancia ideal para el aprendizaje y preparación para los escenarios reales de comunicación.

# DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN POR DIMENSIONES

## CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

En total se aplicaron 102 cuestionarios auto-aplicativos, de los cuales 72 (70.6%) fueron respondidos por usuarios de teléfonos móviles mayores de 65 años y 30 (29.4%) por no usuarios de teléfonos móviles mayores de 65 años, todos residentes en la ciudad de Barcelona.

### 1. Total muestra

	Frecuencia	Porcentaje
NU	30	29.4
U	72	70.6
Total	102	100.0

De los 102 participantes, la distribución por género fue levemente mayor para las mujeres, teniendo una representación del 54.9%, mientras que los hombres llegaron al 45.1% de la muestra. En el caso de los Usuarios (36 mujeres y 36 hombres) y en los No Usuarios (10 hombres y 20 mujeres).

### 2. Género

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Es usuario de Teléfono Móvil	Usuario	36	36	72
	No Usuario	10	20	30
Total		46	56	102

Tanto los cuestionarios, como las entrevistas en profundidad y la observación, se realizaron en tres barrios de la ciudad de Barcelona. El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de Mayo y Julio del 2008, luego de este período hubo intervalos de trabajo hasta el mes de Agosto del mismo año. Para los cuestionarios auto-aplicativos, la representación por barrios fue la siguiente: 45 en el Eixample, 32 en el Raval y 25 en la Verneda. Tal como señalamos anteriormente, estas cifras finales por barrio obedecen a los cuestionarios correctamente respondidos, siendo el criterio que primó finalmente.

### 3. Barrio

		BARRIO			Total
		EIXAMPLE	RAVAL	VERNEDA	
Es usuario de Teléfono Móvil	Usuario	32	22	18	72
	No Usuario	13	10	7	30
Total		45	32	25	102

Una de las condiciones de las personas mayores, además de su participación voluntaria, era que tuvieran 65 años y más, con el fin que se pudiera referir a ellos como persona mayor. De esta manera, entre los 102 participantes, sus edades van desde los 65 a los 86 años, siendo las edades con mayor presencia aquellos que tienen 78 y 77 años, respectivamente.

### 4. Edad

Es usuario de Teléfono Móvil		N	Mínimo	Máximo	Media
Usuario	EDAD	72	65	86	74,44
No Usuario	EDAD	30	65	86	73,73

De los 102 participantes, el 79.4% vive con alguien, mientras que el 20.6% viven solos. Las personas mayores que viven con el alguien, en general, lo hacen con un miembro más (58 casos); con dos más (21 casos) y con tres o más (2 casos).

### 5. Vive solo

		Frecuencia	Porcentaje
	no	81	79.4
	si	21	20.6
	Total	102	100.0

Según el nivel de formación, el porcentaje mayoritario de personas mayores tienen secundaria incompleta (31.4%), inmediatamente le sigue los mayores con secundaria completa (31%). Luego, los que tienen formación técnica completa (10.8%). En porcentajes similares se encuentran los que expresan tener universitario incompleto y primera completa (10% respectivamente); en los extremos, con un caso cada uno, están los mayores con estudios universitarios completo y con primera incompleta.

**6. Hasta qué año aprobó**

		Es usuario de Teléfono Móvil		Total
		Usuario	No Usuario	
Hasta que año aprobó	Primaria Incompleta	1	0	1
	Primaria completa	6	4	10
	secundaria incompleta	23	9	32
	secundaria completa	19	12	31
	técnica incompleta	6	0	6
	técnica completa	11	0	11
	universidad incompleta	5	5	10
	universidad completa	1	0	1
<b>Total</b>		<b>72</b>	<b>30</b>	<b>102</b>

De los 102 integrantes de la muestra, 65 están casados, 23 son viudos, 10 divorciados, 2 conviven en pareja y 1 está soltero. Por otra parte, 83 viven en vivienda propia y está pagada, 13 alquilan y 6 habitan una vivienda propia que están pagando.

**7. Estado civil Casado**

		Es usuario de Teléfono Móvil		Total
		Usuario	No Usuario	
casado	si	69,2%	30,8%	100,0%
	no	73,0%	27,0%	100,0%
<b>Total</b>		<b>70,6%</b>	<b>29,4%</b>	<b>100,0%</b>

**8. Estado civil Viudos**

		Es usuario de Teléfono Móvil		Total
		Usuario	No Usuario	
viudo	si	65,2%	34,8%	100,0%
	no	72,2%	27,8%	100,0%
<b>Total</b>		<b>70,6%</b>	<b>29,4%</b>	<b>100,0%</b>

La mayoría nació en Barcelona, 58 personas; mientras que 31 personas nacieron en otro municipio de Cataluña y 13 en otro municipio del resto de España. La lengua es el castellano y el catalán por igual para 59 personas; el catalán lo es para 39 personas y para 4 personas sólo es el castellano.

#### 9. Donde nació

		Frecuencia	Porcentaje
Valida	Otro municipio de España	13	12.7
	otro municipio de Cataluña	31	30.4
	Municipio actual	58	56.9
	Total	102	100.0

#### 10. Cuál es su lengua

		Frecuencia	Porcentaje
Valida	ambas por igual	59	57.8
	castellano	4	3.9
	catalán	39	38.2
	Total	102	100.0

De las 102 personas mayores, 100 están jubilados y sólo 2 no lo están. La mitad lleva jubilado entre 9 a 13 años (60 casos); entre 1 y 8 años hay 29 personas; y entre 14 a 20 años, 13 personas.

#### 11. Actualmente está jubilado o pensionado

		Frecuencia	Porcentaje
Valida	NO	2	2.0
	SI	100	98.0
	Total	102	100.0

Entre las actividades que realizaban antes de jubilarse, la mayoría se desempeñó como empleado (63 personas), trabajador independiente (34 personas), obrero (4 personas) y 1 como empleador. En todos los casos, los ingresos que perciben son por la jubilación y pensiones.

Los ingresos mensuales de las personas mayores tienden a corresponder con la media nacional para las personas jubiladas, de este modo 41 personas declaran tener unos ingresos entre los 500 y 700 euros al mes, 28 personas perciben entre 700 y 1000 euros al mes, 25 personas entre 300 y 500 euros al mes y 8 personas más de 1000 euros al mes.

## 12. Ingresos mensuales

		Es usuario de Teléfono Móvil		Total
		Usuario	No Usuario	
ingreso mensual entre	300 y 500	14	11	25
	500 y 700	28	13	41
	700 y 1000	22	6	28
	más de 1000	8	0	8
Total		72	30	102

## DIMENSIÓN USOS

Para la mayoría de los usuarios mayores que participan en esta muestra, el uso del teléfono móvil ha presentado menos dificultades que las que se podría haber supuesto inicialmente. Hacer y recibir llamadas de voz es la función que presenta menos aprieto, siendo la que mayor dominio registra.

### 13. Aspectos más fáciles de usar, llamada de voz

		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válidos</b>	<b>si</b>	<b>71</b>	<b>69,6</b>
	<b>no</b>	<b>1</b>	<b>1,0</b>
	<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>70,6</b>
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	<b>30</b>	<b>29,4</b>
<b>Total</b>		<b>102</b>	<b>100,0</b>

Los usuarios mayores de teléfono móvil realizan en promedio 17 llamadas a la semana (2.5 llamadas por día). El rango mayoritario son para aquellos que realizan 20 llamadas a la semana (15 casos); le siguen: 10 llamadas (14 casos), 25 y 30 llamadas (10 casos), 5 llamadas (6 casos), 15 llamadas (5 casos), 35 llamadas (4 casos) y 40 llamadas (1 caso).

Por género, los hombres llaman en promedio 10.3 llamadas a la semana (1.4 llamadas por día) y las mujeres llaman 25.6 veces a la semana (3.6 llamadas al día). Entre los hombres, son más los que llaman 10 veces a la semana, y entre las mujeres son más las que llaman 20 veces a la semana.

El promedio de las llamadas recibidas es de 25 a la semana, proporcionalmente hay más usuarios que reciben entre 30 y 40 llamadas a la semana. Los hombres en promedio reciben 15 llamadas a la semana (2,1 llamadas al día) y las mujeres reciben a la semana 36 llamadas (5 llamadas al día). Entre los hombres hay más frecuencia de recibir 10 llamadas a la semana, y en las mujeres la mayor frecuencia es recibir 40 llamadas a la semana.

Por estado civil, los casados llaman en promedio 17.4 veces a la semana (2.4 llamadas al día), entre ellos tienen más presencia las 10 llamadas a la semana.



---

Entre viudos y divorciados las llamadas realizadas son 21 veces a la semana (2.9 llamadas por día).

En cuanto a las llamadas recibidas, los casados reciben unas 24 llamadas por semana (3.3 llamadas por día), y entre viudos y divorciados reciben a la semana 29 llamadas por semana (unas 4 llamadas por día). Entre los casados hay mayor tendencia a recibir unas 40 llamadas a la semana, lo mismo que entre las mujeres.

Por ingresos, tienden a llamar más veces (40 y 35 veces a la semana) los que perciben menos recursos, entre 300 y 500 euros/mes, quienes tienen 66, 68 y 73 años y viven en el Eixample; y los que menos llaman (1 llamada por semana) son los que más de 1000 euros reciben al mes, tienen 67 y 69 años y viven en la Verneda. Los mayores que viven en el Raval, mayormente llaman 10 veces a la semana.

En cuanto a las llamadas que reciben, congruente con la dimensión anterior, quienes menos llamadas reciben son los que más ingresos perciben, más de 1000 euros al mes, de 8 usuarios con estos recursos, que viven en la Verneda, 6 reciben menos de 5 llamadas a la semana. El usuario que más llamadas recibe, 60, obtiene entre 700 y 1000 euros al mes y también vive en el barrio de la Verneda. Los tres usuarios siguientes en la cantidad de llamadas que reciben (50), ingresan entre 500 y 700 euros al mes, todos ellos viven en el Eixample.

En este último aspecto hay una relación inversamente proporcional a lo que la "regla" supone dar como un hecho. Es decir, quienes más intensidad y amplitud de uso le dan a su móvil son aquellos usuarios que perciben menos ingresos. Esto nos indica que la telefonía móvil presenta un modelo distinto sobre sus usos, donde la dimensión ingresos, por sí sola, es insuficiente para prever ciertas formas de utilización. Además, la intensidad del uso de los mayores no se aleja de lo que podría ser considerado como un uso habitual de un usuario convencional, sus porcentajes de contactos diarios alcanzan promedios no tan alejados del que se realizan en otros grupos. El intercambio

---

comunicativo móvil se presenta de una manera más amplia en las mujeres, fundamentalmente por el papel de aglutinador del núcleo familiar.

*"...vivir sola hace que mis hijos siempre quieran saber dónde y cómo estoy... siempre localizable, pero le he tomado el tranquillo de llamar, así que ahora soy yo la que más llamo... mis amigas también saben que me pueden llamar cuando quieran" (IMMA, 68 años).*

*"Hacer llamadas no me cuesta, pero eso de guardar números en el teléfono aún no lo domino...pero hacer y recibir llamadas eso es fácil" (GEMMA, 66 años).*

De esta manera, la observación trae elementos contrarios a la percepción, prejuicios y estereotipos que hablan de la "infrautilidad" en sus usos, aunque la visión hacia ellos entre algunos se mantiene:

*"...Los abuelos venían con el móvil que el hijo les había dado porque renovaba su móvil. Al abuelo le encasquetan el móvil y no sabían cómo funcionaba el teléfono. Le enseñan como contestar. Necesidad real de esa gente no la hay. Igual que un PC. No tienen la necesidad. Son de otra generación. No lo necesitaban. Lo mismo el móvil. No lo necesitaban. Les enseñabas el programa de puntos y ellos te señalaban el móvil más caro. Tú les decías si realmente iban a necesitar las prestaciones de ese móvil y te decían que no. Que sólo era para llamar y recibir llamadas. Reconocían que no necesitaban tanto. Entonces les vendíamos el móvil más básico, no estaban dispuestos a gastarse más de 50 euros y ellos tan contentos..." (FLAVIO, comercial de MOVISTAR).*

Tal como ya indicamos, de todas las funciones y prestaciones que tiene el teléfono, la que es realizada por todos es hacer y recibir llamadas. Entre las otras funciones que más ocupan son, de mayor a menor, agenda directorio (65), buzón de voz (62), alarma despertador (60), aviso de llamadas (25) y consulta de saldo (20).

---

*"...dudo mucho que alguno de mis clientes tuvieran idea de poner una alarma para ese servicio que tú comentas. No sabían cómo silenciarlo. Está bien pensado, pero trasladado a la realidad no sabían hacer nada con el teléfono..." (FLAVIO, comercial de MOVISTAR).*

Entre las funciones que más problemas presentan está el enviar SMS (52) y leer los SMS recibidos (42). Otras dificultades, a propósito de las características del dispositivo, teniendo en cuenta que la mayoría dice no presentar inconvenientes, excepto en 8 casos que declaran tener dificultades con el teclado y para 11 usuarios sus problemas son a propósito del tamaño de la pantalla. En estas situaciones se encuentran fundamentalmente hombres. Según el barrio, los usuarios que viven en la Verneda ninguno presentan este tipo de inconvenientes.

Por las dificultades que presentan las aplicaciones y accesorios, entre las principales está: guardar números en la agenda (51), las opciones del Menú (22) tipos de accesorios y la cámara de fotos (20).

En los grupos de discusión se puede observar que el uso del móvil no ha sido tan "fácil" como algunos manifiestan. En general, en las cuatro conversaciones grupales, la idea sobre la que más consenso hubo, fue precisamente, que el aprendizaje de las funciones del móvil es lento, tiene que ver con la experiencia de la práctica, en la medida que lo van usando, van aprendiendo un poco más.

*"Yo con estas modernidades me hago un lío" "Aprender a utilizar el móvil me es difícil, me cuesta menos aprender los programas de la secadora". "Llevo con el móvil años y todavía no sé leer ni mandar mensajes". "Me pueden mandar todos los mensajes que quieran, que no sé como leerlos. Esto empieza a sonar, y me quedo mirando hasta que deje de sonar. Me encantaría aprender a mandar mensajes a mis nietos". "Yo tampoco sé. Ni mandar mensajes, ni utilizar la agenda... Solo sé dar al botón cuando llaman" (Grupo 1).*

---

*"Los jóvenes no te entienden, en ocasiones les pedía que me enseñaran, pero me mandaban a leer el manual del aparato...pero así nunca iba a aprender...ya no les pido nada" (CARMEN, 75 años).*

*"Si es que es complicado. Yo no lo apago nunca. Imagínate que luego no lo sé encender. Cuando voy a misa lo dejo en casa para que no me suene, y ya está" (NURIA, 73 años).*

De los usuarios, la mayoría dice que su teléfono móvil es normal, igual que todos los demás; mientras que en 28 casos dicen que su móvil es uno especialmente para personas mayores.

*"...la verdad que no son móviles para mayores, pero se lo venden como que sí fuesen. Lo que sucedió es que Movistar intentó lanzar un móvil para gente mayor pero no tuvo éxito. Era una marca poco fiable. Entonces se buscó una marca más fiable, como un Nokia, móviles con pocas cosas que abaraten el coste del teléfono. Entonces salían de Finlandia con pocas prestaciones, pero que realmente no están pensados para que los utilice un abuelo. Pensaron en un móvil sin cámara, pequeño y que cueste dos duros. Qué hace Movistar, coge esos móviles baratos, les pone la "F" de "fácil uso", pero no es que esté pensada para una persona mayor, de hecho la pantalla es pequeña. Ellos aplican su marketing, pero no está pensado para ancianos, es un móvil básico, sin cámara, bluetooth, con lo cual se piensa que lo comprarán los viejos. En España hay mucho viejo, con lo que lo comprarán muchos viejos, pero no está pensado para ellos. Les quitan las prestaciones más complejas, porque piensan que un anciano no quiere cámara ni se conectará con bluetooth, ni lo usará con manos libres, le quitan la radio y punto pelota. Pero le preguntas al usuario y te dicen que sí, que tienen uno especialmente para ellos..." (FLAVIO, comercial MOVISTAR)*

**14. Diseño de TM es especial para mayores**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	si	38	37,3
	no	64	62,7
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100,0</b>

## LOS TIPOS DE USOS

### USOS INSTRUMENTALES

De los 72 usuarios, 67 lo emplean para “avisar que llegan tarde”, otros 5 no lo hacen. De los 67 usuarios que ocupan el móvil para contactarse de manera utilitaria, 31 son hombres y todas las mujeres lo usan para dar un “toque”. Por barrio, todos los que viven en el Raval le dan este tipo de uso. Todos los que han enviudado y divorciados le dan ese tipo de usos, y de los 45 usuarios casados, 40 le dan ese uso. Por ingresos, todos los que perciben entre 300 y 700 euros/mes le dan ese tipo de uso.

**15. Usos: para avisar que llega tarde**

Categoría Usuario		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Usuario	uso para avisar de llegar tarde	5	0	5
	no			
	si	31	36	67
	<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>72</b>
		100.0%	100.0%	100.0%

Llama la atención, no sólo en el caso de los usuarios mayores, una cierta “obsesión” por la puntualidad, “para avisar que llego tarde”. Para algunos usuarios mayores esto suena más a una excusa. Por ejemplo, algunos comentarios en los grupos de discusión, hubo una idea medianamente compartida sobre que “el móvil es un instrumento por el cual las personas pueden justificar que no llegan a un lugar”, más aún cuando lo informan a través de un mensaje de texto, expresando cierto distanciamiento y falta de compromiso.

“...cuando no existía el teléfono móvil, tú quedabas con alguien en un lugar, y no tenías otra opción que llegar, porque sabías que te estaban esperando; pero con el móvil, tu puedes quedar con alguien y estar informando que estás en un atasco, que se te hizo tarde y que no podrás llegar...”(Grupo 1).

“...es cierto, a veces quedo con mi hija en un sitio, y como siempre soy la primera en llegar...como mínimo siempre espero treinta minutos...a veces la llamo para saber por donde viene...y si lo tiene apagado, qué hago, la sigo esperando, me voy, no habrá podido llegar, estará sin cobertura porque viene el metro....Antes esta preocupación no existía, llegabas o no llegabas, pero no te atormentabas por saber por donde viene” (Grupo 1).

De los 72 usuarios, 25 lo usan para “organizar sus actividades diarias”, mientras que 47 no le dan ese uso. De los 25 usuarios que lo ocupan para planificar su agenda, 3 son hombres y 22 son mujeres; 17 son casados, 4 viudos y 4 divorciados. Son más los usuarios que ingresan entre 500 y 700 euros/mes quienes le dan este tipo de uso. Los que viven en el Raval son quienes menos lo ocupan para organizar sus actividades.

“Yo me encargo de realizar los recados de la familia y el teléfono me permite que pueda recibir encargos que no tenía previsto antes de salir de casa” (Miquel, 71 años).

#### 16. Usos: para organizar actividades

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Uso para organizar actividades diarias	No	33	14	47
		Si	3	22	25
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

De los 72 usuarios mayores, 20 lo emplean para “hacer planes”, mientras que 52 no lo hacen. De los 20 usuarios que lo ocupan para planificar sus actividades con una proyección más allá del día a día, 3 son hombres y 17 mujeres. Según el estado civil, los casados son quienes más se adscriben a este tipo de uso. Además, los que viven en el Raval son quienes menos lo utilizan con este objetivo. En cuanto a los ingresos, mayormente los que obtienen entre 500 y 700 euros/mes son quienes lo usan con este propósito, mientras que ninguna de los que perciben más de 1000 euros al mes lo ocupan para este fin.

**17. Usos: para realizar planes**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Usa para realizar planes	no	33	19	52
		si	3	17	20
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

De los 72 usuarios, 34 lo ocupan, entre otros usos, para proporcionar “información a sus contactos”, mientras que 38 no lo hacen. De los 34 que lo ocupan para entregar información puntual, coyuntural a sus contactos, 11 son hombres y 23 mujeres, los que viven en el Raval y la Verneda son quienes menos lo ocupan con tales propósitos. Entre los casados, son más los que no le dan este uso, lo mismo que entre los viudos. Mientras que los casados, en relación a los viudos, lo usan más que otros. En relación con los ingresos, al igual que los anteriores, quienes más ingresos obtienen no le dan este tipo de uso, mientras que aquellos que reciben entre 500 y 700 euros mensuales son quienes más lo usan para tal fin.

**18. Usos: Proporcionar información a mis contactos**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Uso para dar info a contactos	no	25	13	38
		si	11	23	34
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

## USOS EXPRESIVOS

De los 72 usuarios, 42 lo ocupan para “saber cómo están amigos y familiares”, mientras que otros 30 usuarios no lo hacen. De los 42 que lo ocupan para enterarse y conocer cómo les va a sus cercanos, son 28 mujeres y 14 hombres. Entre los hombres son más quienes no lo ocupan con este fin, en cambio entre las mujeres son más quienes sí lo hacen. Por un pequeño margen, son los mayores que viven en el Eixample quienes más se dedican a este uso. Entre casados, como entre viudos y divorciados, son más los que le dan a este propósito. La proporción de ingresos es similar, sin embargo hay una tendencia hacia quienes más ingresos obtienen para dedicarse a este tipo de uso.

### 19. Usos: para saber cómo están amigos y familia

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Uso para saber de amigos y familiares	no	22	8	30
		si	14	28	42
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

La impresión de algunos usuarios mayores es que inicialmente se parte con una visión algo restringida de las posibilidades del teléfono móvil, pero que en la medida que empiezan a dominarlo pueden emplearlo para una variedad de propósitos y para una amplia variedad de situaciones.

*“...entiendo que mi hijo me lo regaló por seguridad y por si me pasa algo en la calle, afortunadamente nunca lo he tenido que usar por esas situaciones, pero poco a poco lo he incorporado a mi rutina, en un principio uno se imagina que sólo lo usará para casos de emergencia, pero sin darte cuenta ya lo ocupas para comunicarte con amigas, con tu familia” (Grupo 2).*

De los 72 usuarios, 18 lo ocupan para “conversar con amigos y familiares”, mientras que 54 no le dan ese uso. De los 18 que lo ocupan para una aproximación más intensa, 8 son hombres y 10 mujeres, quienes viven en el Eixample lo ocupan sólo un poco más que en otros barrios. Entre los casados,



la mayoría no lo ocupa para estos fines, lo mismo que entre los que han enviudado y divorciado. Ningún viudo lo ocupa con este propósito. No hay una gran diferencia entre los ingresos, de los 8 casos que obtienen más de 1000 euros, 7 no lo ocupan para este fin.

**20. Usos: para conversar con amigos**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Uso para conversar c/amigos y familiares	no	28	26	54
		si	8	10	18
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

En el caso de usarlo "para mostrar preocupación por los demás", 26 usuarios le dan ese uso, mientras que 46 usuarios no lo hacen. La mayoría de los hombres no lo emplea para esto, sin embargo, la mayoría de las mujeres sí lo hacen. Ninguno que viva en el Raval lo da este uso, y son menos los casados, siendo más extendido entre viudos y divorciados.

**21. Usos: para mostrar preocupación por los demás**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Uso para mostrar preocupación por los demás	no	33	13	46
		si	3	23	26
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

De los 72 usuarios, 35 los usan "para sentirse cerca de mis seres queridos", y 37 no lo hacen. De los que sí, 15 son hombres y 20 son mujeres, entre los hombres la mayoría no lo usan para este fin. Son más los casados, entre los viudos no es un tipo de uso demasiado extendido. En ingresos, este uso es el más parejo de todos, el mismo porcentaje se presenta en todas la franjas, tanto para los que hacen este uso como para quienes no; hay una leve inclinación hacia este uso por parte de los que ganan más de 1000 euros al mes.

## 22. Usos. Para sentir cerca a mis seres queridos

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Uso para sentir cerca a mis seres queridos	no	21	16	37
		si	15	20	35
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

En relación con otras vías de comunicación con los demás, los 72 usuarios mayores de teléfonos móvil consideran que desde que usan el móvil el "cara a cara" se ha mantenido (69 casos), muy por encima de quienes consideran que ha disminuido (3 casos). Los tres que piensan así son hombres, viven en la Verneda, con secundaria completa, casados, y reciben más de 1000 euros al mes.

En cuanto al uso de los SMS, en promedio envían entre 3 y 4 a la semana, y reciben entre 8 y 9 en el transcurso de la semana. Quienes más envían y reciben mensajes de texto son mujeres, que viven en el Eixample y La Verneda, con ingresos medios-bajos.

*"...lo uso indistintamente para llamar y para que me llamen, aunque también me comunico por mensajes de texto cuando tengo que decir cosas cortas o muy concretas" (ELENA, 66 años).*

Este intercambio de SMS da cuenta que el fin de su uso tiene un objetivo pragmático. Más bien cumpliendo un papel de receptor. No se observa que, aquellos que tienen la experiencia del uso, lo empleen con fines expresivos. Pero es interesante que no suelen compartir el contenido del SMS, sólo si su otro interlocutor les pregunta, lo que tampoco es común, por tanto no existe una construcción de un significado compartido. Tampoco hay un interés por saber como eliminarlo o barrarlo del teléfono.

*"...yo no ando mostrando los SMS que me envían...a veces cuando me suena el pitito y estamos en alguna reunión...me preguntan...y yo les digo*

---

*de qué se trata...pero si no me preguntan y depende quien lo haga, les cuento que va el SMS...pero eso es algo muy personal..." (IMMA, 68 años)*

El intercambio de mensajes denota un desequilibrio en la relación entre emisor y receptor, fundamentalmente porque no hay una igualdad en el proceso de comunicación. La persona mayor no espera que el mensaje de texto que reciba sea algo que pueda alterar su rutina o que reciba un mensaje que lo emocione. A excepción del caso en que reciban alguna foto de su familia.

#### 24. Promedio de SMS enviados y recibidos

	N	Mínimo	Máximo	Media
Cuántos SMS a través del TM envía a la semana	72	0	15	3,86
Aproximadamente cuántos recibe SMS a la semana	72	0	20	8,38
N válido (según lista)	72			

Los hombres son quienes más expresan la dificultad del envío y recibo de mensajes de texto, más bien por lo complejo que puede resultar su aprendizaje. Es decir, falta el apoyo para que incorporen este tipo de uso, ese miedo escénico es fundamentalmente porque no se atreven solos, necesitan de una compañía que los motive. Otros apelan a dos argumentos: que no lo usan porque en general "sus amigos no lo usan" o bien por que "como no reciben SMS para qué aprender a usarlos", pero ambas son excusas, porque sabemos que precisamente no son sus amigos a quienes van dirigidas las llamadas telefónicas, ni que sean especialmente sus amigos los que envían mensajes de texto. Otros argumentan asuntos técnicos, no envían porque el "tamaño del teclado es muy pequeño", lo que puede ser cierto y de verdad puede ser una barrera, pero eso sería así si todos argumentaran esto como su principal inconveniente, pero al no serlo, se tendría que buscar que estos usuarios sustituyeran sus actuales terminales por otros que sí lo permitiesen.

No son tan pocos los usuarios que sacan fotos y las envían a través del móvil (15 casos), son proporcionalmente hombres y mujeres, también repartido equitativamente entre casados, viudos y divorciados y con ingresos medios.

Las personas mayores tienen en general su vida comunicacional estructurada, consagrada, saben dónde y a quién recurrir para informarse sobre los asuntos

que sustentan su vida cotidiana. En general, necesitan que pase algo en sus vidas para hacer el esfuerzo de provocar un cambio de sus hábitos, pero hasta ahora, lo que hemos podido observar, es que resulta absolutamente posible que se desate a propósito de su propia inquietud los procesos de apropiación. Sin embargo, la familia puede operar tanto como un facilitador como un limitador, ya que sus intercambios comunicativos se construyen y significan fundamentalmente en y desde ese espacio relacional, lo que no implica que también puedan construir una idea de las implicancias sobre su uso.

La información recogida en este punto, nos permite observar una clara tendencia hacia ser más depositarios de llamadas que emisores, los que para ambos casos se asemejan y no distan demasiado de cualquier usuario habitual de grupos etáreos de menor edad. Además, se observa un uso más intensivo hacia fines instrumentales y prácticos, por lejos el mayor uso es para "avisar que llego tarde". Comparten este mismo tipo de usos pragmáticos, en general, las personas que obtienen menos ingresos, dando entender que tienen una vida social más activa o que sus familias tienden a depender más de ellos para resolver problemas cotidianos. Asimismo, las mujeres comparten tanto usos instrumentales como expresivos, más aún si son casadas. Un dato quizás interesante, es que en general, los que obtienen más ingresos tienen un uso menos intensivo de llamadas, pero son quienes más optan por un uso expresivo, sentirse más cerca de los seres queridos o saber cómo estás sus amigos y familia, son sus principales objetivos.

## **DIMENSIÓN NO USUARIOS**

Entre los 30 no-usuarios que participaron en esta investigación, las principales razones por no tener un teléfono móvil están: Porque no lo necesitan (23 casos), tanto para hombres como para mujeres; o porque prefieren el teléfono fijo (21 casos) opción más frecuente en el caso de las mujeres. Muy por atrás aparece una razón económica, porque es muy caro (10 casos), lo es

preferentemente para mujeres casadas. Lo interesante es que la mayoría no ven que el tema económico sea un factor determinante en su no adopción, más bien su argumento va en la dirección de que no ven su utilidad y por que creen que sus necesidades de comunicación están resueltas con el teléfono fijo.

**25. No tiene móvil porque No lo Necesito**

		Frecuencia	Porcentaje
Valid	no	7	6.9
	si	23	22.5
	Total	30	29.4

**26. No tiene móvil porque es: Muy Caro**

		Frecuencia	Porcentaje
Valid	no	20	19.6
	si	10	9.8
	Total	30	29.4

*“... A mí no me hace falta. Quizás porque no lo he utilizado, porque si lo usas lo necesitas. Pero a veces me llama la atención.... sabes que en el móvil encontrarás a quien llames” (MARGOT, 69 años)*

Tampoco, entre los motivos que justificarían su no-uso, aparecen argumentos del tipo “no tienen por que sus conocidos tampoco tienen” o por “razones de salud”; o bien por que prefieran “el uso del teléfono público” o por que sus necesidades de comunicación la “resuelven a través de otros dispositivos tecnológicos”.

La mayoría no sabe si de aquí a tres meses tendrán un móvil, no cierran la posibilidad, puede cambiar su situación, darse ciertas condiciones, no es inamovible su decisión. Aunque hay algunos casos que abiertamente niegan la posibilidad de llegar a ser usuarios de la telefonía móvil, especialmente esta opinión se presenta entre mujeres.

**27. Piensa tener móvil en los 3 próximos meses?**

		Frecuencia	Porcentaje
Valid	no lo sé	17	16.7
	no	13	12.7
	Total	30	29.4

La mayoría tampoco tiene claro qué tipo de plan de facturación tendría, si llegasen a ser usuarios. Levemente hay más que se inclinan por un contrato que por una tarjeta de prepago. Esta última opción, del prepago, está más presente en mujeres casadas con ingresos bajos. En el caso que llegasen a ser usuarios se plantean destinar, en promedio, entre 15 y 20 euros al mes.

**28. Qué plan adquiriría?**

		Frecuencia	Porcentaje
Valid	no lo sé	22	21.6
	contrato	5	4.9
	tarjeta prepago	3	2.9
	Total	30	29.4

Al tratar de construir un escenario hipotético, de un potencial usuario, entre algunas otras razones para llegar a serlo sería, mayoritariamente, para mantener el contacto con la familia y las personas que estima (21 casos); por que es conveniente hacer y recibir llamadas en cualquier lugar (18 casos) y en el caso que la tarifa del móvil sea más baja que el teléfono fijo (16 casos).

Entre los argumentos que no serían especialmente suficientes para una eventual condición de usuario están las razones de seguridad (9 casos); o para establecer más relaciones sociales y vínculos con la gente (7 casos); o porque se ajuste a sus estilos de vida (5 casos); o para mejorar su estatus social (3 casos) o que les permita controlar mejor los gastos (2 casos).

**29. Razones para adquirir el móvil: Seguridad**

		Frecuencia	Porcentaje
Valid	no	21	20.6
	si	9	8.8
	Total	30	29.4

La mayoría de los no-usuarios piensan que, si llegasen a ser usuarios, aprender la manera de usarlo no tendría mayores dificultades, así lo confirman 20 personas, especialmente lo es para las mujeres. Ahora bien, entre quienes eventualmente les podrían ayudar en esta "introducción", confían que lo harán mayormente sus nietos (14 casos), muy atrás aparecen sus hijos (6 casos); en un mismo nivel, tienen la opinión que nadie les ayudaría (6 casos); luego los maridos y esposas (5 casos), y finalmente los amigos (2 casos). Ningún posible futuro usuario cree que leyendo el manual del móvil o a través de la publicidad podrían aprender sobre su uso.

### 30. Cree que usar teléfono móvil será fácil

		Frecuencia	Porcentaje
Valid	no	10	9.8
	si	20	19.6
	Total	30	29.4

Hacer y recibir llamadas de voz no presentaría ninguna dificultad, así tampoco se plantean que los asuntos de diseño, como la dimensión de la pantalla o el tamaño del teclado, les implicaría algún inconveniente. Entre las funciones que estiman que más dificultades eventualmente les podrían causar están: Enviar SMS (21 casos); guardar los números en el directorio (13 casos); recibir SMS (10 casos); las opciones del menú (9 casos); y los accesorios, como la cámara de fotos (6 casos).

Por de pronto, su vía de comunicación preferente es a través del teléfono fijo, luego la comunicación postal y el cara a cara. Ni el teléfono público, ni el uso del email son utilizados con fines comunicativos.

Son interesantes los argumentos de los no-usuarios, tanto para no usar el móvil como en el caso de llegar a usarlo. Su principal justificación para no usarlo es por un asunto práctico "no lo necesitan", pero a la vez su principal justificación para llegar a ser usuario es un asunto expresivo "para mantener contactos con la gente que estiman", y ambos se cruzan con dos motivos de un mismo eje "no lo usan porque a través del teléfono fijo resuelven la comunicación que necesitan" y "usarían el móvil si fuese más barato que el fijo".

Es difícil que un no-usuario responda la pregunta para “qué usaría el móvil”, ya que la respuesta está estrechamente relacionada con la experiencia del uso, pero, tal como lo propone la teoría de la domesticación, un paso previo es imaginarse el posible uso de una tecnología. Por lo tanto, es coherente que los no-usuarios planteen que su uso sería “para comunicarme con mis seres queridos”, una interpretación que se puede ajustar a la propia realidad de cada persona mayor. No obstante, lo interesante es observar que el teléfono fijo articula sus intercambios comunicativos, tanto como respuesta a sus necesidades de vinculación como a los aspectos presupuestarios, lo que los lleva a tener reservas sobre las posibilidades que ofrece el móvil, tanto como complemento o como sustituto del teléfono fijo.

## DIMENSIÓN EX USUARIOS

Los ex-usuarios son aquellos que en su momento fueron usuarios de la telefonía móvil, pero que por alguna circunstancia dejaron de serlo. En esta investigación aparecieron algunos casos aislados, pero no por ello ha dejado de ser interesante de consignar. Son seis casos, todas ellas mujeres casadas, dos de ellas reciben ingresos bajos (300 a 500 euros/mes) y cuatro obtienen ingresos medios (500 a 700 euros/mes).

### 31. Principales razones para dejar de ser usuarios, perdió el interés

Categoría Usuario		Sexo	Total
		Femenino	
Ex usuario	Dejó de usar tel móvil por: Perdí Interés	si 6	6
		100.0%	100.0%
	Total	6	6

Los principales motivos por haber abandonado el uso del móvil son por haber perdido el interés y tras adecuar el presupuesto mensual. Luego, entre otras razones está por haber perdido el móvil y no sustituirlo por otro, por problemas con el operador y por problemas de salud. Nadie argumenta como motivo no tener tiempo o porque no hayan aprendido a usarlo.



Un elemento interesante de los ex-usuarios es que de los 6 casos, en cinco de ellos, el móvil fue regalado, en tres casos por sus maridos y en dos por sus hijos. Lo que indica que desde un inicio fue un objeto no deseado, impuesto, y que ante la más pequeña oportunidad se encontró la forma de justificar su exilio de la rutina diaria. Por tanto, la forma en que los mayores se introducen en su uso es un factor crucial para su posterior adopción, de lo contrario, si lo ven como una obligación, vendrá a constituirse más en un problema que en una oportunidad.

## DIMENSIÓN POSESIÓN

Los usuarios mayores en promedio llevan 7 años de usar el móvil. Hay quienes lo son hace 15 años, hasta quienes lo son hace dos años. No hay nadie que lo sea desde los últimos 12 meses. En los hombres el promedio es de 6 años desde que son usuarios, mientras que en las mujeres el promedio es de 8 años. Si observamos los extremos, quienes son usuarios hace dos años y quienes son hace 15 años, todos ellos son hombres. Entre las mujeres tiene un mayor porcentaje aquellas que declaran tenerlo hace 10 años.

32. Promedio años de años de ser usuarios

	N	Mínimo	Máximo	Media
Años de Móvil	72	2	15	7.0
N válido (según lista)	72			

Los viudos en promedio son usuarios hace 7 años, los casados lo son hace 6 años. No hay ningún casado que lo sea hace 4 años, ni ningún viudo que lo sea hace 2 o 15 años. En cuanto a los ingresos, estos son proporcionales no hay concentraciones, sólo se puede distinguir que quienes tienen ingresos por sobre los 1000 euros/mes son usuarios en los extremos, desde hace 2 años y desde hace 15 años.

En relación a los dispositivos que han tenido, los usuarios mayores en promedio han tenido 2 teléfonos móviles. Hay quienes han tenido 6 Terminales hasta los que han tenido uno, siendo mayoritariamente los usuarios que han tenido 3

Terminales. El promedio, entre los hombres es de 2 teléfonos, y entre las mujeres es de 3, no hay grandes variaciones. Entre los hombres son más los que han tenido 1 teléfono, y entre las mujeres son más las que han tenido 3 teléfonos móviles.

En el caso de los viudos, el promedio es de 3 teléfonos, concentrándose entre quienes han tenido entre 2 y 3 dispositivos. Los casados por su parte, han tenido de promedio 2 móviles, siendo mayoría quienes han tenido 3 y 2 teléfonos. En relación a los ingresos, se observa que mayormente los que tienen ingresos entre 300 y 500 euros/mes han tenido entre uno y dos, los que obtienen entre 500 y 700 euros/mes han tenido 3, los que se encuentran entre los 700 y 1000 euros han tenido entre 1 y 3, y los que tienen más de 1000 euros están en los extremos, han tenido uno o han tenido más de 5 Terminales.

33. Promedio años de sustitución del móvil

	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>
<b>Cuántos equipos ha tenido?</b>	<b>72</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
<b>N válido (según lista)</b>	<b>72</b>			

Esto es congruente con lo visto hasta ahora. Los mayores presentan una sustitución de Terminales que se asemeja al promedio que tienen los usuarios de otros grupos de edades, siendo más evidente en el caso de las mujeres, más aún si son viudas, quienes presentan más tiempo como usuarias y quienes más teléfonos móviles han sustituido. Esto, fundamentalmente se debe a que los hijos hombres son más proclives a obsequiar Terminales a sus madres, sobretodo si han enviudado. El móvil viene a reparar posibles estados de soledad y aislamiento, y como los hombres jóvenes son quienes más sustituyen sus móviles, los que dejan de usar son transferidos a sus madres.

*"...Desde que enviudé que llevo el teléfono encima, me lo regaló mi hijo, para tranquilidad de ambos, lo veo muy útil. En todo caso, llevaría mi vida con normalidad con móvil o sin móvil" (CARMELA, 75 AÑOS. VIUDA).*

## DIMENSIÓN AUTONOMÍA

Una dimensión de la autonomía que hemos considerado pertinente abordar es la vía por donde la persona mayor adquiere su teléfono móvil. Ya que la forma en que se introducen puede ser un elemento que puede determinar sus usos futuros.

Entre las 72 personas mayores usuarios de telefonía móvil, 45 compró su Terminal. De los compradores, 29 son hombres y 16 son mujeres; mientras que 27 lo adquirieron como regalos. Los hijos e hijas son la única fuente de donde provenía el obsequio, excepto un usuario que recibió el móvil como regalo de una operadora de telecomunicaciones. Cabe destacar que quienes más regalan son los hijos hombres (18 casos) que las hijas mujeres (8 casos), los destinatarios son mayoritariamente las madres (20 casos), y mucho menos los padres (6 casos). De estas 27 personas, 14 están casados y 12 han enviudado.

*“...Si no venía el anciano venía el hijo que se lo regalaba. Pero no le preguntaba si le gustaría que le regalara un móvil, sino que se lo compraba y le decía “esto se enciende así, pica la tecla verde” y era como una obligación. Te compro un móvil porque te quiero tener localizado. Porque te va a suceder algo y te quiero tener localizado y no quiero tener ningún problema... Al abuelo le viene el móvil de rebote. Para tenerlo ubicado”  
(FLAVIO, comercial de MOVISTAR)*

De la muestra de usuarios, 8 mujeres son viudas, todas ellas recibieron el teléfono móvil como regalo de su hijo hombre. También hay 7 hombres viudos, ellos recibieron 4 móviles de regalo de sus hijos, dos por parte de las hijas y los otros dos por sus hijos, mientras que en los otros tres casos lo compraron, aún teniendo hijos.

*“...Le digo a mi hijo que me compre uno. Porque él sabe más. Que sea sencillo, que pueda poner los nombres de mi familia. Sin marcar, que sea*

---

*fácil, que pueda llamar. Me dijo que sí, que hoy me traería uno. Sí, me lo regaló él. Sí, siempre me lo compra él. Sabe más, es más joven, está más al día de las cosas..." (ANA, 73 años, viuda)*

*"...Hace un tiempo que lo tengo, unos dos años. Me lo dio mi hija porque ella se compró uno. Lo sigo usando para estar conectada con mis hijos..." (CARMEN, 75 años).*

*"...Me lo regaló mi hijo para tenerme más controlada, yo como conduzco, mi hijo siempre está intranquilo...y no iba a estar tranquilo hasta que llevase un móvil...así que desde ahí que lo uso" (ENCARNACIÓN, 72 años).*

*"...mi primer móvil me lo regaló mi yerno y el de ahora lo adquirí a través de una oferta, cambiando el antiguo." (RAFAEL, 72 años).*

*"...me lo dio mi hijo...la verdad que me lo impuso por motivos de trabajo...yo no quería llevar móvil, pero le traspasé el negocio a mi hijo...y necesitaba estar comunicado con él, para las consultas laborales que le iban surgiendo a lo largo del día..." (AURELIO, 66 años).*

*"...el mío fue regalo de mis hijos...ellos dicen para estar comunicados entre nosotros...pero más bien es para que me llamen y les haga de canguro" (MIGUEL, 76 años).*

*"...el teléfono me lo compré yo... aunque no quiero crear dependencia....pero más bien que los otros creen dependencia...así que lo llevo para salir de casa...si no me ubican saben que estoy en la casa" (ELENA, 66 años).*

Los usuarios mayores hombres casados recibieron tres móviles de regalo de sus hijos hombres; y las usuarias mayores casadas recibieron once móviles de regalos, 6 de sus hijas y 5 de sus hijos.

**35. El móvil fue comprado o regalado por Estado Civil casados**

Categoría Usuario			casado		Total
			si	no	si
Usuario	El Tel Móvil es comprado-prestado-regalado	regalado	14	13	27
		comprado	31	14	45
	Total		45	27	72
			100.0%	100.0%	100.0%

En este caso hay una relación positiva entre recibir el móvil como un regalo, ser mayor, más si se es mujer y viuda, especialmente en estos casos éste será obsequiado por el hijo hombre.

Por lo tanto, lo que es posible observar es que son los hombres mayores quienes tienen más decisión para realizar la compra del teléfono (29 casos) que las mujeres mayores (16 casos). De estas 45 personas, 31 están casados, 11 divorciados y 3 han enviudado.

Aquí también hay una relación positiva entre ser hombre mayor, estar casado o divorciado, y adquirir el teléfono móvil como resultado de una decisión individual.

La edad que registra la mayor compra por parte de las personas mayores es a los 78 años (10 casos), a los 79 años (5 casos), a los 72 años (4 casos), a los 76 años (4 casos). Mientras que las edades donde más el teléfono móvil es un obsequio es a los 75 años (5 casos) y luego a los 66 años (4 casos), a los 74 años (4 casos), a los 77 años (4 casos).

En esta muestra, las edades que concentran mayor número de usuarios son para los que tienen 78 años (11 casos), con 75 años (8 casos), con 77 años (7 casos), con 74 años (6 casos). Es decir, la franja entre los 71 años a los 86 años concentra a 56 usuarios, mientras que entre los 65 y los 70 años hay 16 usuarios.

Según el barrio, los mayores que viven en el Eixample son los que reciben más móviles como regalo (19 casos), mientras que en el Raval son donde más lo compran (17 casos).

---

Entre los 72 usuarios de teléfonos móviles, 23 tienen formación secundaria incompleta, 19 tienen secundaria completa, 11 tienen técnica completa, 6 hasta primaria completa, 6 tienen técnica incompleta, 5 hasta estudios universitarios incompletos, uno tiene primaria incompleta y hay un universitario con los estudios finalizados. Entre los usuarios que adquieren el móvil como regalo y entre quienes lo compran no hay diferencias sustanciales, más bien se corresponden. Así, por ejemplo, entre los que adquieren por la vía de la compra, hay 13 casos con secundaria incompleta, y entre quienes se lo obsequian hay 10 con el mismo nivel de formación; con secundaria completa hay 11 que lo compran y 8 que se lo regalan. Quizás un elemento particular está que entre los que reciben el móvil como regalo presentan estudios universitarios incompletos y finalizados. Por lo tanto, no se podría decir que en esta muestra exista una relación determinante entre el tipo de formación y la forma de adquirir el teléfono móvil.

Otro cruce posible de analizar es si existe alguna relación entre los años de estar jubilado y la manera en adquirir el teléfono móvil. Quienes llevan 10 años de jubilados hay 12 usuarios, a siete de ellos se lo han regalado y 5 se lo han comprado; quienes tienen 13 años de jubilados, hay 11 usuarios que se han comprado el móvil; entre quienes llevan 11 años de jubilados, hay 7 usuarios, 4 se lo han comprado y a 3 se lo han regalado. No hay diametrales diferencias, sólo consignar que tanto la compra como el regalo se concentran entre los 9 y los 13 años de estar jubilados, lo que tiene relación, en esta muestra, con que hay más usuarios a partir de los 70 años.

Otra interpretación posible de observar es si existe alguna vinculación entre ingresos y forma de adquirir el teléfono móvil. Entre los 45 usuarios que adquieren el móvil por la vía de la compra, hay 17 que tienen ingresos entre los 700 y 1000 euros/mes, mientras que en este mismo rango de ingresos hay 5 que le han regalado el móvil; en el rango de los que obtienen ingresos por sobre los 1000 euros/mes, hay 6 que se lo han comprado y 2 que se lo han regalado. Entre la franja de los 500 a 700 euros, son más los que tienen el móvil como regalo, 17 personas, mientras que son 11 los que se lo han comprado en este

---

mismo rango de ingresos. Es decir, podría interpretarse de que en la medida que las personas mayores tienen más ingresos son ellos los que deciden la compra del dispositivo móvil.

Entonces es posible interpretar, para esta muestra, que la manera de adquirir un teléfono móvil por parte de una persona mayor de 65 años, ya sea comprado o regalado, tendría relación con el género (hombre o mujer), la cantidad de los ingresos mensuales, y con el estado civil (casado, viudez, divorciado). Ni la edad, ni la formación, ni el lugar donde viven son variables que lleguen a influir. Así, por ejemplo, en el caso que sea una mujer viuda, con ingresos medianos, lo más probable que sea el hijo hombre quien le regale un móvil. Por el contrario, hay más posibilidades que la adquisición del móvil sea a través de una compra si se es un hombre, casado o divorciado y con ingresos mensuales sobre la mediana.

Una interpretación, pertinente para nuestro estudio, es que la autonomía, en el sentido de disponer de los elementos que permitan al sujeto mayor hacer una elección individual, estaría condicionada por factores más estructurales, que tienen que ver con ingresos insuficientes, la situación de la mujer luego de la viudez, y los aspectos que tienen que ver con el control y la vigilancia de la familia.

En esta misma dirección, se discutió en los grupos de discusión sobre las distinciones, hasta qué punto llevar cierto modelo de teléfono móvil hablaba de la personalidad del usuario. Frente a esto hubo consenso, dada la manera de adquirirlo, fundamentalmente en el caso de ser comprado por ellos, en la adquisición de un Terminal el aspecto económico tiene un peso significativo, buscan que se ajuste a su presupuesto y que les sirva para recibir y hacer llamadas, no buscan una personalización, ni una competencia por adquirir el modelo más reciente, ni buscaban un color, ni un diseño en particular.

Además, de los factores descritos, también hay algunos casos aislados donde tiene un peso significativo toda la construcción del discurso comercial. No es

---

posible no ver un aviso publicitario de telefonía móvil en la televisión, en horario “prime”, por lo menos dos cada cinco minutos (McCann Erickson, 2008).

*“...Hablando con la gente de la tercera edad y no tan mayores, te lo piden porque lo vieron en la tele. Cuando les dices que les cobraras una cuota específica por alguna de las prestaciones, te dicen que realmente no las van a usar, como la conexión a Internet. Pero te lo piden porque lo vieron en la tele” (FLAVIO, comercial MOVISTAR).*

*“...no estaba convencido de cambiar mi teléfono por otro nuevo...eso de los puntos no lo manejo muy bien...pero ví una promoción de Movistar y pasé a la tienda y lo cambié” (AURELIO, 66 años).*

Además, parte de la autonomía es posible observarla si se vive solo o con más personas. Entre los 72 usuarios mayores, 56 viven con una o más personas, 29 son hombres y 27 son mujeres; 45 son casados y ninguno es viudo. De ellos, 24 viven en el Eixample, 18 en el Raval y 14 en la Verbena.

De los 72 usuarios, 16 viven solos, 9 son mujeres y 7 son hombres. De estos ninguno es casado y 15 son viudos, esto último es coincidente con las tendencias más generales que muestran que la viudez se tiende a vivir solo o sola.

De los que viven solos, 10 viven en el Eixample, 4 en el Raval y 2 en la Verbena. En estos casos, no hay mayores diferencias con el tipo de formación, tanto las que viven solas con los que viven con más personas presentan más usuarios con secundaria incompleta y secundaria completa.

En relación con los ingresos, quienes viven solos perciben en proporción menos ingresos que los que viven con más personas. Así, por ejemplo, los 8 casos que ganan por sobre los 1000 euros/mes viven con alguien; entre los 700 y 1000 euros/mes se encuentran 14 usuarios que viven con alguien y 8 para los que viven solos. Sin embargo, si el tamaño del hogar se extiende, por sobre los tres



---

miembros, la proporción de los ingresos disminuye, es decir, en la medida que hay más personas viviendo en el hogar, menos ingresos se tenderá a percibir.

Las edades de las 16 mujeres viudas que viven solas es por sobre los 74 años, siendo así para 15 de ellas. En cambio, las edades para los que viven con más de un acompañante se reparten en 20 casos para la franja de edad entre 65 y 73 años; y 32 casos para la franja de edad entre 74 y 86 años.

La soledad, la jubilación, los nuevos roles, fueron asuntos que salieron a la luz en los grupos de discusión:

*“La soledad está presente, es un fantasma que ronda, fundamentalmente ante la pérdida de uno de los cónyuges, no se repara con la presencia de los hijos, en muchos casos esa pérdida es el principio del fin. La viudez es un factor determinante en su percepción sobre el futuro. No todos han conservado unas buenas relaciones familiares, hay muchos que no se hablan con sus hijos” (GRUPO 1).*

*“Luego de la jubilación se ha vivido un nuevo proceso de adaptación, la pérdida de poder adquisitivo, una nueva organización de la vida, pérdida de estatus y de roles, hay que asimilar que se está en una nueva realidad, que tiene ventajas y desventajas” (GRUPO 3).*

*“Volver hacer amigos o quedarse en casa, luego de la jubilación hay un tiempo que no se quiere salir, que es más difícil, más aún cuando las 24 horas giraba alrededor del empleo, hay una desvinculación social, un cierto empobrecimiento de las relaciones, de nuevos roles, de tener que entender que ser abuelos es la única opción disponible” (GRUPO 4).*

Entre los 30 no-usuarios, 25 viven con una o más personas y 5 viven solos. De los 25 no-usuarios, 17 son mujeres y 8 son hombres. De los 5 que viven solos, 3 son mujeres y dos son hombres. En ambos casos, al igual que la tendencia general, tienen el mismo tipo de formación. De los 25 no-usuarios que viven con más de una persona, 20 son casados, 3 han enviudado, uno vive en pareja y uno es

---

soltero. Mientras que los 5 que viven solos no están casados, todos han enviudado.

Entre los no-usuarios es más evidente la relación con los ingresos, ya que en ambos casos, solos y acompañados, 24 perciben ingresos entre 300 y 700 euros/mes y 6 entre 700 y 1000 euros/mes. Entre los 25 no-usuarios que viven con una o más personas, 13 tienen edad entre 65 y 74 años; y 12 entre 75 y 86 años.

Se podría suponer que en aquellas edades, donde el móvil presenta mayor adopción, tendería a tener relación con un tamaño mayor en la composición del hogar; sin embargo, de manera particular, en las edades más activas esa relación es difícil constatar. Por ejemplo, entre los usuarios de 78 años (11 casos) viven en hogares con más de dos personas; los usuarios de 75 años (8 casos) 5 viven solos y 3 con una persona más; los usuarios de 77 años (7 casos) 2 viven solos y 5 con una persona más; los usuarios de 74 años (6 casos) todos ellos viven solos. Pero, por otra parte, al contemplar de manera general, la suposición inicial es meridianamente correcta, ya que de los 72 usuarios, 40 viven con una persona más, 16 viven con más de dos personas y 16 viven solos.

Ante la pregunta sobre "cuántas personas que viven con usted tienen móvil", entre los 72 usuarios, 33 de ellos viven donde hay dos teléfonos móviles más, 12 usuarios habitan donde hay 3 móviles y 4 usuarios viven donde sólo hay uno más; mientras que en 23 casos sólo existe el móvil que el usuario mayor posee. Es decir, que en 49 casos el usuario mayor tiene en su contexto inmediato, su hogar, por lo menos otro usuario con el que puede establecer un intercambio comunicativo. Por ejemplo, para los usuarios de 78 años (11 casos) 3 habitan en un hogar donde hay por lo menos otro conviviente que tiene un teléfono móvil y 8 viven donde hay otros dos teléfonos móviles; en los usuarios de 75 años (8 casos) viven en hogares donde no hay otro teléfono móvil; en los usuarios de 77 años (7 casos) 5 habitan donde hay dos teléfonos más y 2 viven donde nadie más dispone de móvil; los usuarios de 74 años (6 casos) viven donde nadie más tiene móvil.

La propiedad de la vivienda también puede interpretarse como un elemento que puede ayudar a las personas mayores a tener autonomía, ya que disponer de un espacio propio, permite cierto desahogo presupuestario y una tranquilidad para enfrentar el diario vivir. De los 72 usuarios, 60 de ellos cuentan con una propiedad propia y pagada, 30 son mujeres y 30 son hombres; 33 están casados y 15 han enviudado. Por su parte, 4 usuarios, todas mujeres y casadas, cuentan con una propiedad propia y que están pagando; mientras que 8 usuarios, 6 hombres y 2 mujeres, todos ellos casados, alquilan una propiedad.

Para los no-usuarios el escenario es similar, de los 30 casos, 23 de ellos viven en una propiedad propia y pagada, 19 son mujeres y 4 son hombres; 15 están casados y 6 han enviudado. Por su parte, 5 usuarios viven en una propiedad alquilada, 4 son hombres y una mujer, 3 de ellos están casados y dos han enviudado. Mientras que 2 usuarios, ambos hombres y casados, viven en una propiedad propia que están pagando. En el barrio donde mayor porcentaje de propiedad propia, para usuarios y no usuarios, es en el Eixample, y donde más se alquila es en el Raval.

## DIMENSIÓN MOTIVOS

Seguridad ¿para quién? El mayor tópico sobre los motivos para usar el teléfono móvil por parte de las personas mayores es a propósito de su seguridad y para tenerlo a mano en casos de emergencias, con esta tan *neocon* sugerencia solemos afirmar que en este aspecto reside la mayor justificación de su uso, "por si sucede algo". Entonces, podríamos suponer que entre los principales motivos debiera estar la seguridad, la soledad, la angustia, el miedo. Sin embargo, para los que participaron en esta muestra, sus mayores motivos son "para estar ubicable" y para "ajustarse a los nuevos tiempos". El tema de la seguridad no es algo inocuo, que no tenga importancia, sino más bien los mayores lo interpretan como "tranquilidad", una apreciación menos dramática de la que suponen los demás.

Puede sorprender, pero uno de los principales motivos es "para ajustarse a los nuevos tiempos", 47 usuarios así lo creen, mientras que para 25 no es un motivo. De quienes afirman que este es su motivo, 30 son mujeres y 17 son hombres; la mayoría tiene sus estudios completos (primarios, secundarios, universitarios). Según el estado civil, 28 son casados, 12 son viudos y divorciados. Acá los ingresos están proporcionalmente repartidos, tanto los que ingresan menos como los que perciben más de 1000 euros al mes.

**36. Motivos: para ajustarme a los nuevos tiempos**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: Ajustarme a los nuevos tiempos	no	19	6	25
		Si	17	30	47
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

El otro motivo que aparece con una alta justificación de su uso es para "estar ubicable en todo momento", así lo es para 44 usuarios, mientras que para 22 usuarios no lo consideran suficiente motivo. Entre quienes sí lo ven como motivo, 25 son mujeres y 19 son hombres, 29 de ellos están casados, 8 viudos y 7 divorciados; y sus ingresos están distribuidos de manera equitativa en cada franja, siendo especialmente alto para los usuarios que ingresan entre 300 y 500 euros al mes.

**37. Motivos: para estar ubicable en todo momento**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: Para estar ubicable en todo momento	no	17	11	28
		si	19	25	44
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Entre los 72 usuarios mayores de teléfonos móviles, 60 de ellos afirman que no son los temas relacionados con la "seguridad" su principal motivo, mientras que para 12 usuarios si lo es. El imaginario colectivo también ha instalado la idea que deben ser las mujeres, más si son solteras o viudas, quienes expresan y exteriorizan sus preocupaciones por los asuntos relacionados con la inseguridad. Sin embargo, en esta muestra, de los 12 usuarios que sentencian

que su principal motivación es la seguridad, 10 de ellos son hombres y dos son mujeres, presentan un nivel de formación levemente mayor que aquellos que no lo ven como un motivo. Además, entre estos 12 usuarios, más de la mitad son casados. También se podría suponer que la inseguridad está más presente en usuarios que presentan un nivel de ingresos inferior, sin embargo, entre estos casos, la mayoría obtienen ingresos medios, entre 700 y 1000 euros al mes.

### 38. Motivos: Seguridad

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Motivos para usar TM: Seguridad	no	26	34	60
		si	10	2	12
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

*"... yo no le veo por el lado de la seguridad, a mi me gusta salir a la calle, y lo hice sin móvil y ahora con móvil...lo que pasa que ahora todos se sienten más tranquilo" (ENCARNACIÓN, 72 años).*

*"...hasta ahora no lo he necesitado para emergencias...pero te acostumbran a andar con miedo, que tengas cuidado con cruzar la calle, que cuidado con ir a ciertos lugares, que no llegues tarde...pero si no soy un chaval...yo les digo, tranquilos...que cualquier cosa los llamo" (JOAN, 69 años).*

Otro argumento se podría dar en torno a la autonomía e independencia, como elementos que pueden incidir al momento de justificar el uso por parte de los mayores. Asumen este motivo 28 usuarios, mientras que 44 usuarios no lo interpretan como motivo. De los 28 casos, 19 son mujeres y 9 son hombres, 13 de ellos están casados, 8 han enviudado y 7 están divorciados, proporcionalmente este motivo está presente entre los usuarios que tienen ingresos entre 500 y 700 euros mensuales.

*"...la única autonomía con la que cuento es no tener impedimentos físicos, poder moverme cuando yo quiera...el móvil no me da autonomía en ese sentido..." (RAMÓN, 69 años).*

“...la verdad que yo creo que me ha ayudado a contar con más autonomía...no tengo que depender tanto del teléfono fijo” (NURIA, 73 años).

“Yo soy muy independiente, estoy poco en casa y me da tranquilidad saber que para cualquier cosa siempre voy a estar localizable” (CARMEN, 66 años).

“Mi trabajo hace que pase muchas horas fuera del despacho o de mi casa y con el móvil tengo la tranquilidad que siempre me van a encontrar en caso de necesidad” (JOAN, 66 años, párroco).

“Nunca he usado el teléfono en caso de emergencia, pero siempre lo llevo por si pasa alguna cosa” (RAFAEL, 72 años).

### 39. Motivos: contar con más autonomía e independencia

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: Contar con mas autonomía e independencia	no	27	17	44
		si	9	19	28
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

El otro motivo puede ser para “no sentirse solos”, sin embargo de los 72 usuarios, 57 de ellos dicen que ese argumento no es un motivo para su adopción y otros 15 dicen que sí. También podríamos suponer que las mujeres que viven solas tendrían más motivación en buscar compañía. Sin embargo, de los 15 usuarios, 14 son hombres y 10 están casados. Esta tendencia tiene una explicación en el sentido de “suponer la pérdida”, más aún en hombres que ven que el rol aglutinador de su entorno familiar recae en manos de la mujer, siendo ella la que canaliza y distribuye las relaciones entre sus miembros, un papel difícil de sustituir, ya que el hombre tendió a acentuar el espacio

laboral más que el familiar, y ahora trata de cierta manera reparar esa ausencia, y el móvil será un buen instrumento para asegurar cierta proximidad.

*“Ahora que me he jubilado, llevo a los nietos al colegio y si mis hijos tienen que decirme algo o avisarme que no vaya a recogerlos saben que me pueden llamar en cualquier momento. Ahora tenemos una comunicación más expedita” (RAMÓN, 69 años).*

*“Se comunican más con la mamá, a ella la llaman más...Yo siempre espero a que me llamen, por lo general, pero cuando las añoro mucho pues las llamo yo, entonces les explico cómo llevo el día. Al no trabajar tengo mucho tiempo libre y a veces se me hace un poco largo hasta que no me llama una o la otra hija” (JUAN, 66 años).*

**40. Motivos: para no sentirme solo**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: No sentirme solo	no	22	35	57
		si	14	1	15
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Si acaso lo usan para “mantener control sobre el grupo familiar”, de los 72 usuarios, 32 de ellos afirman que sí y 40 usuarios no lo ven como motivo. De los 32 usuarios que sí consideran que el móvil es un instrumento para tener cierta vigilancia y control, se presenta en 23 mujeres y 9 hombres, 20 de ellos están casados, 6 han enviudado y otros 6 son divorciados. En cuanto a los ingresos, son proporcionales para cada franja de ingresos, excepto entre los que reciben más de 1000 euros al mes, en donde todos consideran que este no es un motivo para usar el móvil.

**41. Motivos: tener más control sobre la familia**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: Tener mas control sobre la familia	no	27	13	40
		si	9	23	32
	Total		36	36	72

		100.0%	100.0%	100.0%
--	--	--------	--------	--------

Algunos consideran que es un motivo de su uso el que "sus amigos ya tuviesen un teléfono móvil", de los 72 usuarios, lo es para 15 de ellos; mientras que para 57 usuarios no lo ven como su motivo. Entre los 15 usuarios que se sienten motivados por que sus cercanos ya tenían uno, son 13 mujeres y 2 hombres, repartidos proporcionalmente entre 5 casados, 5 que han enviudado y 5 que están divorciados. Al igual que el anterior motivo, aquí los que más ingresos reciben no consideran este argumento como una motivación.

**42. Motivos: todos mis amigos cuentan con un móvil**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: Todos mis amigos ya tenían uno	no	34	23	57
		si	2	13	15
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Otros consideran como motivo el que "nunca están en casa", lo es así para 31 usuarios, mientras que 41 usuarios no lo ven como motivo. Lo es para 27 mujeres y 4 hombres; de ellos, 20 son casados, 5 que han enviudado y divorciados. Mayormente, ingresan entre 500 y 700 euros al mes.

Las mujeres exteriorizan más su vida social, las cosas que hacen, el tiempo que pasan fuera de casa, las visitas a sus hijos, las horas ocupadas en los talleres de centros sociales.

*"Debido a la gran actividad social que tengo llevo el móvil siempre conmigo, por si no me encuentran mis amigos o mis compañeros de actividad..." (CARMEN, 66 años).*

*"Todos los días tengo algo que hacer, que una cosa, que hacer esto otro, no me quedo quieta... es raro que no me llamen durante el día para ver dónde estoy y cómo me va el día" (ENCARNA, 72 años).*



**43. Motivos: nunca estoy en casa**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Motivos para usar TM: Nunca estoy en casa	no	32	9	41
		si	4	27	31
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Un motivo, que divide al grupo en partes iguales, es usar el móvil "por que es una tecnología a la que puedo acceder fácilmente", para 36 usuarios es motivo y para los otros 36 usuarios no es motivo para su uso. En cuanto a género, también se reparten proporcionalmente, 29 hombres creen que este no es motivo, mientras que 29 mujeres si lo creen. Muy repartidos están en cuanto a su estado civil, 16 casados, 10 viudos y 10 divorciados lo ven como su motivo. Según sus ingresos, mayormente están entre los 500 y 700 euros al mes.

Sobre este punto, en general, las mujeres realizan un juicio más crítico sobre los tipos de tecnología y la ponderación que implicará adoptar alguna de ellas en sus rutinas. Es decir, hay una evaluación y comparación de sus posibles beneficios, ellas ponen a una tecnología en relación a otra. Más que ver a la telefonía móvil por sí sola, le asignan posibles atributos según sus motivos y necesidades individuales, pero a la vez la están poniendo en relación con otros dispositivos tecnológicos.

*"A mí me gusta escuchar noticias, sobretodo las de la mañana...le pregunté a mi yerno sobre cómo iban los móviles que llevan radio, él tenía uno, me dijo que bien...el teléfono móvil que tengo ahora tiene radio, porque es mejor, no ando con la radio y con el móvil...en uno cabe todo"*  
 (GEMMA, 66 años).

**44. Motivo: es una tecnología a la que puedo acceder más fácilmente**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino	Masculino	
Usuario	Motivos para usar TM: Tecnología a la que puedo acceder fácilmente	no	29	7	36
		si	7	29	36
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Ninguno de los 72 usuarios tiene como motivo haberse dado de baja del teléfono fijo.

## DIMENSIÓN ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Los 72 usuarios mayores de telefonía móvil destinan mayormente su dinero para cubrir sus necesidades de salud, servicios y alimentación. Por ejemplo, si observamos los presupuestos destinados a la Alimentación, 36 mayores destinan más del 40%; 22 personas destinan el 30% y 14 personas dedican el 20%. Según el género, si tomamos los que le dedican más del 40% mensual, son 19 hombres y 17 mujeres; 22 están casados, 10 han enviudado y 4 divorciados, y sus ingresos mayormente están entre los 500 y 700 euros.

#### 45. Presupuesto destinado a Alimentación

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Porcentaje de dinero destinado a alimentación (%)	50	4	5	9
		40	15	12	27
		30	11	11	22
		20	6	8	14
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Porcentaje de dinero destinado a alimentación (%)	50	0	1	1
		40	4	6	10
		30	3	10	13
		20	3	3	6
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

En el caso de los no-usuarios la tendencia es idéntica, gastan más en salud, servicios y alimentación. Así, por ejemplo, de los 30 no-usuarios, 11 le dedican más del 40% de su presupuesto a la alimentación, 13 un 30% y 6 un 20% cada mes. Entre quienes dedican más del 40% mensual, 4 son hombres y 7 mujeres;

---

10 están casados y uno ha enviudado, sus ingresos mayormente están entre los 300 y 500 euros.

Entre los ámbitos en que menos presupuestos dedican está el vestuario, el equipamiento, el transporte, ocio y la vivienda. Por ejemplo en vivienda, que en la mayoría de los casos está pagada, por lo que de los 72 usuarios, 59 de ellos le dedican un 5% al mes; 7 le dedican el 10%; 5 destinan un 40% y uno le asigna el 50% de sus ingresos mensuales. De los 59 usuarios que le asignan un porcentaje menor de su presupuesto a este concepto, 30 son hombres y 29 son mujeres; 33 están casados, 15 han enviudado y 6 están divorciados. Los tramos de ingresos son proporcionales, habiendo levemente un porcentaje mayor de los que ingresan entre 500 y 700 euros/mes.

En el caso de los no-usuarios, su distribución del gasto corresponde a la misma que hacen los usuarios, siendo los menores porcentajes los de vestuario, equipamiento, transporte, ocio y vivienda. Por ejemplo, de los 30 no-usuarios, 22 de ellos le dedican el 5% de su presupuesto mensual a la vivienda, 4 son hombres y 18 son mujeres, 16 están casados y 6 han enviudado. Los ingresos son proporcionales en las distintas franjas, habiendo un porcentaje más alto en los que ingresan 300 a 500 euros al mes.

Esta aproximación hacia los presupuestos familiares nos permite observar sus prioridades y donde se reflejan sus mayores necesidades. Estos datos concuerdan con informes más generales (INE, 2007) que indican que entre las personas mayores es mayor el gasto que dedican a la alimentación, salud y el pago de los servicios básicos. Esta estructura nos permite observar qué lugar ocupa en las finanzas hogareñas el consumo de la telefonía móvil. También hacemos la salvedad que hablamos de porcentajes, es decir, sobre una "idea" aproximada al gasto real.

Dicho esto, entre los 72 usuarios, el consumo de teléfono fijo representa para 46 personas el 20% de su presupuesto, para 23 usuarios es el 10% de sus gastos y para 3 usuarios es el 30% de su presupuesto. Estos gastos de teléfono fijo podríamos considerarlos como una prioridad media, ya que está por debajo

de los mayores gastos en salud, alimentación y pago de servicios básicos, pero está por sobre el ocio, vivienda, equipamiento, vestuario y transporte.

**46. Presupuesto destinado al teléfono fijo por género**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Porcentaje de dinero destinado a teléfono fijo (%)	30	3	0	3
		20	21	25	46
		10	12	11	23
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Porcentaje de dinero destinado a teléfono fijo (%)	30	0	2	2
		20	5	4	9
		10	5	11	16
		5	0	3	3
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

La distribución por género es similar, sólo destaca que los que invierten el 30% de su presupuesto son hombres casados; los que destinan el 20%, son 21 hombres y 25 mujeres, 29 son casados, 11 son viudos y 6 divorciados. Los que destinan el 10%, son 12 hombres y 11 mujeres, 13 de los cuales están casados, 4 viudos y 6 divorciados. Una diferencia, en cuanto a los ingresos está en que los que le dedican un porcentaje mayor, son quienes obtienen los menores ingresos.

En el caso de los 30 no-usuarios, el teléfono fijo representa mayormente el 10% del gasto mensual, así lo es para 16 personas; mientras que representa un 20% para 9 personas, un 30% para dos no-usuarios y el 5% para 3 personas. También, al igual que en los usuarios, su gasto se encuentra en el medio, inmediatamente después de alimentación, salud y pago de servicios. La distribución por género es proporcional, destaca que entre quienes invierten el 30% son sólo mujeres y sus ingresos están entre 700 y 1000 ingresos mensuales.

El lugar que ocupa el teléfono móvil. Los usuarios destinan entre el 5% y el 30% de su presupuesto a este concepto, siendo más aquellos que le dedican un 10% mensual, así lo es para 32 usuarios. Luego, le siguen 20 usuarios que le

dedican un 20%, 17 usuarios que destinan un 5% y 3 usuarios que orientan el 30% de su presupuesto a la comunicación móvil.

**47. Presupuesto destinado al teléfono móvil por género**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	Masculino
Usuario	Porcentaje de dinero para Tel Móvil (%)	30	3	0	3
		20	8	12	20
		10	13	19	32
		5	12	5	17
			33.3%	13.9%	23.6%
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

En relación a las otras prioridades presupuestarias, el gasto en la telefonía móvil ocupa el 5to lugar, luego de alimentación salud, pago de servicios básicos y telefonía fija. Si tomamos como referencia las edades con mayor número de usuarios, tenemos que los de 78 años (11 casos) 7 usuarios destinan un 5%; 3 un 10%; y uno le asigna un 20% mensual. Si lo comparamos con los usuarios de esa misma edad y con el presupuesto orientado al teléfono fijo, vemos que le destinan más presupuesto a este último, es decir, 5 usuarios destinan un 20% y 6 usuarios orientan un 10% mensual a la telefonía fija.

La tendencia en todos los casos es similar, lo único distinto es que los usuarios de la telefonía móvil parten con un 5% del presupuesto, en cambio en la telefonía fija sus usuarios le asignan desde el 10% hacia arriba. Es decir, lo importante de destacar, es que en general, el teléfono móvil representa la mitad de lo que le puede implicar el gasto del teléfono fijo; así por ejemplo, si un usuario destina un 20% de su presupuesto al teléfono fijo, el móvil representará el 10% del presupuesto, de ahí hacia abajo.

De los 72 usuarios de teléfono móvil, 54 de ellos proyectan un presupuesto inferior en relación al teléfono fijo, 10 usuarios lo suben y 8 usuarios destinan el mismo porcentaje del presupuesto, tanto para el fijo como para el móvil.

En términos presupuestarios el teléfono fijo tiene más presencia organizativa en la planificación mensual y desde él se articula el gasto que se destinará al teléfono móvil.

*"...siempre he pensado que la gente mayor tiene la idea que usar el móvil es más caro. Y creo que todavía los mayores tienen esa percepción que el móvil es más caro que el fijo" (FLAVIO, comercial de MOVISTAR).*

*"...Yo lo primero que hago es pagar las cuentas....luego veo como me organizo el mes...pero las deudas trato de evitarlas...pago la luz, el teléfono (fijo), el gas, el agua y la escala..." (IMMA, 68 años)*

*"para mí...no sé el resto...pero el móvil es más para organizarte, que te ubiquen... o que tu necesitas algo y si te encuentras en la calle, lo coges y llamas...el fijo, es distinto...ahí uno habla más tranquila...sin andar corriendo... o que te pasen a llevar...mis hijos saben que si quieren llamarme para conversar que lo hagan al fijo, así uno habla más rato" (FRANCISCA, 71 años).*

*"...Sí, el teléfono fijo se ocupa de otra forma. Por ejemplo. Si estoy en casa y tengo que llamar a una amiga que ella no tiene móvil, pues la llamo desde casa. Ella no quiere móvil. Yo con mis hijas, que están fuera, que tienen móvil llamo desde el móvil, pero con mi hijo que yo sé que está en casa lo llamo desde el fijo..." (ANA, 73 años).*

En cuanto al género, quienes destinan el 30% de su presupuesto son hombres, tanto para el móvil como para el fijo, y ninguna mujer destina tan alto porcentaje; quienes destinan el 20% del presupuesto son mayoritariamente mujeres, tanto para el móvil como para el fijo; los que le dedican el 10% del presupuesto al teléfono móvil son mayoritariamente mujeres; mientras que quienes le asignan el 10% del presupuesto al fijo y el 5% a la comunicación móvil son mayormente hombres.

---

Según el estado civil, los hombres que destinan el 30% del presupuesto al móvil están casados; entre quienes le asignan un 20% mensual, 10 están casados, 5 han enviudado y 5 divorciados; entre quienes le conceden un 10% de sus recursos, 23 están casados, 4 han enviudado y 5 están divorciados; y los que destinan un 5%, 9 están casados, 6 han enviudado y 2 están divorciados. En cada uno de los rangos porcentuales son más los casados.

En general, los ingresos son proporcionales a los porcentajes de presupuesto destinados al móvil, los que le dedican un 30%, todos ellos perciben entre 700 y 1000 euros/mes. Los que menos ingresos obtienen, entre 300 y 500 euros/mes, mayoritariamente le dedican el 10% de su presupuesto.

Mayoritariamente, las personas mayores, tanto usuarias como no-usuarias de la telefonía móvil, interpretan que el dinero que destinan es un "gasto", aunque un porcentaje no tan bajo lo ven como una "inversión", en el sentido que rescatan tanto su valor de uso como su valor simbólico. Así observamos, de los 72 usuarios, 42 de ellos lo ven como un gasto y 30 usuarios como una inversión. Los hombres lo ven más como un gasto (31 casos), mientras que las mujeres lo interpretan más como una inversión (25 casos). Tanto, los que lo ven como un gasto y como una inversión, mayoritariamente están casados. Un dato llamativo, en cuanto a los ingresos, es que quienes menos dinero obtienen son quienes más lo ven como una inversión, mientras que los que más ingresos perciben lo ven como un gasto. A su vez, los 30 no-usuarios lo ven como un gasto.

El tipo de plan que cuentan los usuarios mayores es medianamente proporcional entre contratos y tarjetas de prepago, habiendo más casos para esta última forma de pago (34 y 38, casos respectivamente). Por género, los hombres tienen más tarjetas de prepago que las mujeres (29 y 9, respectivamente), mientras que las mujeres tienen más contratos que los hombres (27 y 7, respectivamente). Por barrios las proporciones son similares, habiendo levemente más contratos en el Eixample y más prepago en el Raval. Mientras que según el estado civil, los casados tienen más contratos (18 casos) y tienen más tarjetas de prepago (27 casos).

*“...Lo tengo con tarjeta y cuando veo que se me acaba el saldo lo voy recargando. A mí me va bien así. Pongo lo que a mí me parece. Pero encuentro que gasto más con el fijo. Con el móvil, en dos meses... depende, en verano gastamos más, porque estamos todos fuera y hablamos más desde el móvil. Pero en invierno, 20 euros me duran más de tres meses” (ANA, 73 años).*

Una observación interesante es en la dimensión de ingresos. Se tendería a pensar que aquellos usuarios que tienen una renta más alta se inclinarían por los contratos con las operadoras; sin embargo, entre los usuarios mayores que más ingresos perciben, más de 700 euros al mes, tienen tarjeta de prepago, mientras que los que tienen ingresos inferiores a los 700 euros mensuales optan por los contratos.

Los gastos mensuales en el teléfono móvil, tanto en contratos como en tarjetas de prepago, en promedio rondan los 22 euros al mes. Los gastos van desde los 10 a los 40 euros al mes. Los hombres gastan aproximadamente 20 euros al mes, mientras que las mujeres unos 24 euros mensuales. En los extremos, entre quienes pagan más de 40 euros son usuarios divorciados y viven en el Eixample y tienen ingresos bajos, es decir, entre 300 y 500 euros mensuales. Entre quienes pagan 10 euros al mes hay sólo hombres, casados y también viven en el Eixample, con ingresos entre 700 y 1000 euros. Los casados, en general, gastan más en sus facturas. Quienes reciben más de 1000 euros/mes tienen facturas que rondan los 20 euros por mes.

La mayoría expresa no tener una estrategia de “control del gasto”, como por ejemplo, hacer llamadas perdidas para que se pongan en contacto, aunque en 27 casos sí lo hacen. Entre estos casos, son principalmente mujeres viudas, con ingresos medios. También, la mayoría no lo usa sólo para recibir llamadas, aunque en 12 casos sí lo hacen. Principalmente en estos casos son ligeramente más mujeres casadas, con ingresos medios-bajos.



Otra estrategia para controlar el gasto podría ser hacer llamadas sólo en el horario de las tarifas bajas, pero prácticamente nadie lo hace, solo en 3 casos. Asimismo, nadie usa el móvil sólo para enviar mensajes de texto, como una forma de abaratar costos.

De los 72 usuarios, hay 10 de ellos que sus cuentas son pagadas por otros. Es extendida la idea que generalmente son los hijos quienes les pagan la factura a los mayores, en este caso son solo 3 mujeres viudas las que el pago cuenta por parte de sus hijos, De los otros 7 casos, sus facturas son canceladas por otro familiar, 5 son pagadas por los maridos y dos son canceladas por las esposas.

Con todo este entramado presupuestario, los mayores saben cómo y de qué manera administrarlo. Son pocos recursos, no les sobra, tratan de ponderar y satisfacer sus necesidades básicas, eso les da tranquilidad para evaluar la destinación de dinero hacia otras necesidades. Sin embargo, en este contexto de ajuste presupuestario, no condicionan las oportunidades de comunicación móvil con argumentos económicos, no dosificarán las llamadas salientes a propósito del saldo disponible.

## DIMENSIÓN RELACIÓN CON OTRAS TECNOLOGÍAS

Las personas mayores de la muestra, en una porción significativa, afirman que en sus vidas laborales no necesitaron usar alguna nueva tecnología. Para el caso del PC, de los 72 usuarios, 54 de ellos no lo ocupó y 18 usuarios si lo emplearon. Entre los 30 no-usuarios, 23 no lo ocupó y 7 si lo empleó.

### 48. En actividad remunerada antes de jubilarse necesitó de PC

Usuario de Teléfono Móvil			Frecuencia	Porcentaje
Usuario	Válidos	si	18	25,0
		no	54	75,0
	Total		72	100,0
No Usuario	Válidos	si	7	23,3
		no	23	76,7
	Total		30	100,0

Si tomamos de referencia a las edades que tienen más usuarios, observamos que a los 78 años (11 casos), ninguno ocupó el PC; de 75 años (8 casos), 3 no ocuparon y 5 si lo ocuparon; a los 77 años (7 casos) 5 no lo ocuparon y 2 si lo empleó; a los 74 años (6 casos), 2 no lo ocuparon y 4 sí lo utilizaron. No se aprecia que los más jóvenes de la muestra, entre 65 y 70 años, tengan mayor uso del PC, por el contrario, los mayores usos están en la franja de los 74 y 77 años. Entre los no-usuarios que si han ocupado el PC, 4 de 7 casos están entre los 69 y 74 años

Por género, entre los 54 usuarios que no emplearon el PC, 32 son hombres y 22 son mujeres, y entre los 18 usuarios que si lo utilizaron hay 4 hombres y 14 mujeres. Entre los no-usuarios que no lo ocuparon, 8 son hombres y 15 son mujeres; y entre los que sí, 2 son hombres y 5 son mujeres.

**49. En su actividad laboral usó el PC**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	En activ remunerada antes de jubilarse	no	32	22	54
		si	4	14	18
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	En activ remunerada antes de jubilarse	no	8	15	23
		si	2	5	7
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Según el tipo de formación, entre los que sí ocuparon el PC, tiene mayor porcentaje los usuarios con secundaria incompleta y secundaria completa, formación que tiene también los porcentajes mayores para los que no lo ocuparon. Se podría destacar los altos porcentajes de quienes no la emplearon y que tienen educación técnica completa e incompleta y universitaria incompleta. Es decir, quienes tienen más formación no son los que han empleado el PC en sus actividades remuneradas en su vida laboral.

Según el estado civil, de los 54 usuarios que no emplearon el PC, 40 de ellos son casados, 3 han enviudado y 11 divorciados. De los 18 usuarios que sí la emplearon, 5 son casados, 12 están viudos y uno que está divorciado. Para los 23 no-usuarios que no emplearon el PC, 14 son casados, 7 viudos y 2 divorciados; y de los 7 que sí ocuparon el PC, 6 son casados y uno es viudo. De los ingresos, mayormente se encuentran con ingresos entre 500 y 700 euros/mes.

**50. En su actividad remunerada usó el PC estado civil casado**

Categoría Usuario		casado		Total	
		si	no		
Usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de PC	no	40	14	54
		si	5	13	18
Total			45	27	72
No usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de PC	no	14	9	23
		si	6	1	7
Total			20	10	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Esta tendencia se repite ante el uso del ordenador Portátil. Aquí su no utilización es muy superior, de los 72 usuarios, 69 no lo ocuparon y 3 sí lo utilizaron. Estos tres son de la franja más joven (67 y 69 años), los tres son hombres con educación secundaria completa, casados y los tres reciben más de 1000 euros/mes. De los 30 no-usuarios, todos ellos no lo ocuparon.

**51. En actividad remunerada antes de jubilarse necesitó usar ordenador portátil**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de portátil	no	33	36	69
		si	3	0	3
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de portátil	no	10	20	30
			10	20	30
Total			10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Ante el uso de Internet, de los 72 usuarios, 66 de ellos no lo ocuparon y 6 sí lo tuvieron que ocupar. Al igual que el caso anterior, los 6 casos corresponden a la franja de edad más joven (65 y 69 años), de los 6 casos, uno es hombre y 5

son mujeres. 3 de ellos tienen secundaria incompleta y 2 secundaria completa; 5 son casadas y una divorciada. Los seis obtienen ingresos medios, entre 500 y 700 euros/mes. En los no-usuarios, de los 30 ninguno ocupó Internet.

**52. En actividad remunerada antes de jubilarse necesitó Internet**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de Internet	no	35	31	66
		si	1	5	6
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de Internet	no	10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Si necesitaron en su actividad remunerada antes de jubilarse usar el teléfono móvil, de los 72 usuarios, 58 de ellos no lo necesitaron y 14 si lo emplearon. Aquí también, los que están entre los 65 y 69 años son los que necesitaron hacer uso del dispositivo móvil en su vida laboral. De los 14 usuarios, 8 son hombres y 6 son mujeres, con formación repartida entre secundaria completa e incompleta; 12 de ellos están casados, uno ha enviudado y otro divorciado. Sobre sus ingresos, de los 14 usuarios, 7 obtienen ingresos sobre los 1000 euros, 6 entre 500 y 700 euros/mes y uno entre 500 y 700 euros/mes.

De los 30 no-usuarios, 27 de ellos no ocuparon el teléfono móvil y 3 no-usuarios si lo hicieron. De estos últimos, las 3 son mujeres, son de la franja de edad entre 70 y 76 años, con formación primaria y secundaria incompleta; las 3 están casadas. De sus ingresos, una recibe entre 300 y 500 euros/mes, y dos entre 500 y 700 euros mensualmente.

**53. En actividad remunerada antes de jubilarse necesitó teléfono Móvil**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de móvil	no	28	30	58
			77.8%	83.3%	80.6%
		si	8	6	14
			22.2%	16.7%	19.4%
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de móvil	no	10	17	27
			100.0%	85.0%	90.0%
		si	0	3	3
			.0%	15.0%	10.0%
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Si en sus trabajos necesitaron emplear el email, de los 72 usuarios, 63 de ellos no lo usaron y 9 si utilizaron el correo electrónico. También su uso está en la franja de edad más joven, entre 65 y 69 años. De los 9 usuarios que sí usaron el email, 4 son hombres y 5 son mujeres, También con formación secundaria completa e incompleta; 8 de ellos están casados y uno divorciado. De sus ingresos, 6 reciben ingresos medios, entre 500 y 700 euros/mes y 3 obtienen ingresos sobre los 1000 euros. De los 30 no-usuarios, todos ellos no utilizaron el e-mail.

**54. En actividad remunerada antes de jubilarse necesitó email**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de email	no	32	31	63
			88.9%	86.1%	87.5%
		si	4	5	9
			11.1%	13.9%	12.5%
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	En activ remunerada antes de jubilarse necesito de email	no	10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Obviamente que la intención de esta investigación no es sacar tendencias representativas de las personas mayores en Barcelona, sino tratar de encontrar interpretaciones y comprensiones sobre estos casos en particular. Pero, salvando las diferencias pueden observarse algunos aspectos ya encontrados anteriormente donde este colectivo se aleja de ciertas generalidades, justificando el método cualitativo para ver más allá de las estadísticas.

Dicho esto, uno podría esperar, ya que el discurso tecnocrático así lo plantea, que hacer uso de las nuevas tecnologías estaría asociado con mejorar las rentas individuales de los sujetos, pero en el caso de los jubilados sus ingresos, la cuantía de las pensiones, no son expresados ni dependen de manera proporcional con la formación ni el capital disponible. Entonces, es difícil deducir en el caso de los ingresos provenientes de la jubilación, que estos pudiesen llegar a reflejar en algo las implicancias del uso de las tecnologías en la vida laboral, ya que dependerá del tipo de trabajo, del lugar que se ocupaba en la empresa, del plan de pensiones, etc.

Ahora bien, sólo como un ejercicio comparativo y con un propósito solo ilustrativo, y reconociendo que no es posible extraer ninguna relación objetiva, veamos si aquellos que emplearon alguna tecnología en su vida laboral obtienen más ingresos que aquellos que nunca la incorporaron a su actividad económica. Por ejemplo, si observamos a los que sí emplearon el PC en sus trabajos, éstos no obtienen jubilaciones por sobre los que no lo emplearon, de los 18 casos ninguno tiene ingresos sobre los 1000 euros/mes; la mayor cantidad (13 casos) están entre los 500 y 700 euros/mes. Mientras, para los que no ocuparon el PC, el mayor porcentaje de ingresos está entre 700 a 1000 euros/mes. De los 6 casos que ocuparon Internet, de ellos 5 son mujeres, todos reciben entre 500 y 700 euros/mes, mientras que entre los que no requirieron Internet hay 8 usuarios que obtienen ingresos sobre los 1000 euros mes. De los 9 usuarios que ocuparon el email, 6 tienen ingresos entre 500 a 700 euros/mes y 3 sobre los 1000 euros mensuales, frente a 5 que no ocuparon el email y que también obtienen ingresos sobre los 1000 euros/mes. Observando estos casos, se tendería a suponer que el uso de nuevas tecnologías en la vida laboral no tiene ninguna relación positiva con la posibilidad de obtener mayores ingresos.

En el caso de quienes ocuparon el portátil y los teléfonos móviles, tampoco es posible deducir una relación con el monto de las jubilaciones, pero si realizamos el mismo ejercicio anterior, vemos que quienes emplearon el ordenador portátil, los tres hombres casados, obtienen ingresos sobre los 1000 euros/mes, y 5 usuarios que no lo emplearon también reciben ingresos sobre los 1000 euros/mes. Mientras que de los 14 usuarios que ocuparon el teléfono móvil, 7 de ellos obtienen ingresos sobre los 1000 euros/mes y el resto entre 500 a 700 euros/mes, siendo la tecnología que representa mejores réditos en comparación con quienes no emplearon el móvil en sus vidas económicamente activas.

Todo lo anterior sucedía en la vida laboral, veamos que ha sucedido con el traslado de la tecnología al ámbito familiar y doméstico.

*"...a mí las nuevas tecnologías no me aportan mucho para realizar lo que hago de forma cotidiana. A veces no tengo mucha motivación para aprender...creo que yo sé hacer de todo, la verdad que con el móvil ya está...las otras tecnologías no me hacen falta" (CARMEN, 75 años).*

Actualmente, de los 72 usuarios, 43 de ellos no tienen Internet en casa y 29 sí tienen. Entre los que tienen, no hay una concentración en las edades más jóvenes, es más bien proporcional, incluso hay más propietarios de Internet entre los 73 y 80 años. De los 29 usuarios, 24 son mujeres y 5 son hombres, esta dimensión de género es concordante con lo que sucedía en la vida laboral, donde eran más las mujeres que necesitaron Internet en sus trabajos.

Un ámbito distinto se presenta según el nivel de formación, entre quienes necesitaron Internet en la vida laboral se presentaba más para los que tenían educación secundaria, mientras que en la esfera doméstica, la mayor adopción está en los extremos, es decir, son más los que tienen formación universitaria incompleta y primaria completa. Por otra parte, según el estado civil y el nivel de ingresos las situaciones en relación a la vida laboral son similares. Así tenemos que de los 29 usuarios, 21 son casados y 8 divorciados. En

relación a los ingresos, de los 29 casos, 10 de ellos reciben ingresos entre 300 y 500 euros/mes, 14 obtienen ingresos entre la franja de 500 y 700 euros/mes, y 5 entre 700 y 1000 euros/mes, ninguno sobre los 1000 euros.

**55. Cuenta con Internet en casa**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino	Masculino	
Usuario	Tiene Internet en casa?	no	31	12	43
		si	5	24	29
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Tiene Internet en casa?	no	8	15	23
		si	2	5	7
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

Entre los 30 no-usuarios, 27 de ellos no tienen Internet y 7 sí tienen, para estos últimos 2 son hombres y 5 son mujeres. De los que tienen, el mayor porcentaje está entre los 69 y 74 años, con formación secundaria completa y universitaria completa, todos casados, y con ingresos entre 300 y 500 euros/mes mayoritariamente. Recordemos que en la vida laboral de los no-usuarios, ninguno de ellos necesitó Internet.

Ahora, de los 72 usuarios, 40 de ellos no utilizan el email ni la Web y 32 si lo usan. Aquí es posible observar que hay 3 usuarios más que usan Internet en relación a los que tienen Internet en su casa. De los 32 usuarios que sí lo usan, son 24 mujeres y 8 son hombres, nuevamente las mujeres se presentan como usuarias más activas de otras tecnologías. Según el estado civil, 24 están casados y 8 divorciados; según sus ingresos, 10 casos están entre 300 y 500 euros/mes, 14 entre 500 y 700 euros/mes, 5 entre 700 y 1000 euros/mes y 3 obtienen ingresos por sobre los 1000 euros mensualmente.

Con los no-usuarios sucede lo inverso que con los usuarios, si hay más usuarios de Internet que los que tienen Internet en sus casas, hay más no-usuarios que tienen Internet en sus casas y ninguno que use Internet ni tenga una cuenta electrónica. Una explicación absolutamente racional es que muchas personas tienen Internet en sus casas para que sus hijos o nietos hagan uso de ella, o



pueden ser usuarios indirectos, que si bien ellos no lo ocupan otras personas lo hacen a su nombre. Ahora bien, podemos encontrar una relación entre la trayectoria del no-usuario con las tecnologías, en la vida laboral, ninguno de ellos necesitó ocupar Internet, ninguno necesitó un ordenador portátil, ninguno necesito usar el mail, sólo 7 necesitaron de un PC y 3 necesitaron de teléfonos móviles, situación que tiende a reproducirse en la esfera doméstica, dando pie a una interpretación que vincula la falta de experiencia en el uso con la capacidad de proyección de los objetos tecnológicos en la vida cotidiana.

**56. Usan Internet y el email**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Usa Internet o email para recibir o enviar emails?	no	28	12	40
			77.8%	33.3%	55.6%
		si	8	24	32
			22.2%	66.7%	44.4%
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Usa Internet o email para recibir o enviar emails?	no	10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

En cuanto a la frecuencia del uso de Internet, de los 32 usuarios que declaran navegar y usar el mail se observa que mayoritariamente lo hacen una vez por semana (17 casos), una vez al día (11 casos) y más de una vez al día (4 casos). De los que navegan una vez al día (11 casos), 5 tienen 78 años; 3 tienen 73 años, uno tiene 66 años, uno tiene 68 años y uno tiene 83 años. De los que navegan más de una vez al día, uno tiene 67 años y 3 tienen 75 años. Concentrándose, por tanto, una mayor frecuencia del uso en la franja de edad superior a los 74 años.

De los 17 usuarios que navegan una vez a la semana, 13 son mujeres y 4 son hombres; de los 11 usuarios que lo hacen una vez al día, 10 son mujeres y uno es hombre; y de los 4 que lo hacen más de una vez al día, 3 son hombres y una es mujer. Nuevamente las mujeres presentan más intensidad y amplitud en el uso que los usuarios hombres.

Según el nivel de formación, entre quienes navegan una vez a la semana, son más los que tienen secundaria incompleta y universitaria incompleta. Entre quienes lo hacen una vez al día, tiene mayor presencia los con formación secundaria completa y primaria completa; y entre quienes lo hacen más de una vez al día poseen formación técnica incompleta.

**57. Frecuencia del uso**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Frecuencia Uso de Internet	nunca	28	12	40
		una vez por semana	4	13	17
		1-4 veces al día	3	1	4
		una vez al día	1	10	11
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Según el estado civil, de los 17 usuarios que navegan una vez a la semana, 13 están casados y 4 divorciados; de los 11 usuarios que lo hacen una vez al día 8 están casados y 3 están divorciados; y de los 4 que lo hacen más de una vez al día, 3 están casados y uno está divorciado.

Esto es interesante, el estado civil nos permite observar ciertas tendencias, en toda esta dimensión acerca de la relación con otras nuevas tecnologías. Por ejemplo, quienes se divorciaron tienen bastante presencia, sin embargo, los que han enviudado no aparecen entre los usuarios más activos con Internet, email y el PC, siendo que en las dimensiones referidas al móvil tienen bastante presencia activa. Se podría deducir, que las necesidades de uso que persiguen satisfacer las personas mayores viudas a través de las nuevas tecnologías, son mayormente representadas en la cualidad de la comunicación móvil, en tanto por ser un dispositivo de comunicación que facilita y permite estar en contacto y conectada con su red de relaciones, no viendo, por tanto, que esas funciones se expresen en otro tipo de tecnologías.

En relación con los ingresos, de los 17 usuarios que navegan una vez a la semana, 9 tienen ingresos entre 500 y 700 euros/mes; 5 tienen ingresos entre 300 y 500 euros/mes y 3 obtienen más de 1000 euros mensuales. De los 11 usuarios que navegan una vez al día, 5 ingresan entre 300 y 500 euros/mes; 5

obtienen ingresos entre 500 y 700 euros y uno tiene ingresos entre 700 y 1000 euros al mes. De los 4 que navegan más de una vez al día, todos ellos ingresan entre 700 y 1000 euros al mes.

De los 32 usuarios que acceden y usan nuevas tecnologías, todos ellos lo hacen aplicando sus conocimientos y de manera independiente, con gran autosuficiencia, no apelan a que otros los ayuden, que les enciendan el ordenador, o que busquen sus correos o que se los escriban, o que les busquen páginas en la Web.

## DIMENSIÓN IDENTIDAD

De la muestra, entre los 72 usuarios de la telefonía móvil, 40 nacieron en Barcelona, 19 en otro municipio de Cataluña y 13 en otro municipio del resto de España. Mayoritariamente, mujeres y hombres nacieron en la ciudad Condal. Entre géneros, hay más mujeres que nacieron en Barcelona, mientras que hay más hombres que nacieron en otro municipio de Cataluña y en otro municipio del resto de España. Así también, los que están casados mayoritariamente nacieron en la ciudad. Se observa, en cuanto a los ingresos, que entre los que nacieron fuera de Cataluña ninguna tiene ingresos entre 300 y 500 euros/mes, y que ninguno que nació en otro municipio de Cataluña percibe ingresos de más de 1000 euros al mes.

### 58. Lugar de nacimiento

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Donde nació	Otro municipio de España	9	4	13
		otro municipio de Cataluña	10	9	19
		Municipio actual	17	23	40
			47.2%	63.9%	55.6%
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Donde nació	otro municipio de Cataluña	6	6	12
		Municipio actual	4	14	18
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

En cuanto a los barrios, los que viven en el Eixample en su mayoría nacieron en Barcelona, los que viven en el Raval y la Verbena mayormente nacieron fuera de la ciudad. Esto es un dato interesante, en la mayoría de los centros sociales donde participan las personas mayores, no fue posible observar a extranjeros, más aún en barrios como el Raval que tiene las más altas tasas de inmigración, los mayores provenientes de otros países no tienen una visibilidad en las organizaciones observadas. Aquí la lógica interpretativa nos diría que sus preferencias van más por reunirse con sus “mismos otros”, asociaciones u organizaciones de inmigrantes, o bien que su vida social no está resuelta por tanto el tiempo que pueden dedicarle a juntarse con otros es prácticamente inviable, o bien, hay organizaciones que pueden llegar a ser poco acogedoras hacia el extranjero distinto. No obstante, la experiencia de la observación nos invita a descartar la última posibilidad, ya que la vivencia personal del mismo investigador, en su calidad de sujeto extranjero, ha podido dar cuenta de la tremenda humanidad de las personas mayores hacia el otro extraño.

Una explicación al respecto es que la población extranjera mayor de 65 años que reside en Barcelona es bastante menor con relación a otros grupos de edades.

**59. Lugar de nacimiento por barrios**

Categoría Usuario			Punto de la muestra			Total
			Eixample	Raval	Verbena	
Usuario	Donde nació	Otro municipio de España	5	3	5	13
		otro municipio de Cataluña	4	9	6	19
		Municipio actual	25	10	5	40
	Total		34	22	16	72
			100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Donde nació	otro municipio de Cataluña	3	8	1	12
		Municipio actual	11	2	5	18
	Total		14	10	6	30
			100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

La mayoría, para 47 usuarios, consideran al castellano y al catalán como sus lenguas, mientras que 25 personas consideran que sólo el catalán es su lengua,

y ninguno de los usuarios considera que sólo el castellano sea su lengua. Entre los hombres, son más los que consideran a ambas como su lengua, lo mismo que entre las mujeres. Por barrio, los que viven en el Eixample son quienes mayormente consideran al catalán como su lengua, y quienes viven en el Raval como en la Verbená mayormente consideran a ambas como su lengua.

**60. Cuál es su lengua**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Cuál es su lengua	ambas por igual	22	25	47
		catalán	14	11	25
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Cuál es su lengua	ambas por igual	2	10	12
		castellano	4	0	4
		catalán	4	10	14
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

En cuanto al nivel de instrucción, quienes consideran a ambas lenguas por igual tienen mayor nivel de estudios terminados (primaria, secundaria y técnica completa).

Entre los casados, mayormente consideran que ambas son sus lenguas, igualmente que entre los viudos. En cuanto a los ingresos, las porciones son proporcionales, quizás una observación a destacar es que entre los que consideran al catalán como su lengua, hay más usuarios que ganan el mínimo, entre 300 y 500 euros/mes y también están los que ganan más de 1000 euros mensuales, concentrándose mayormente los que reciben entre 500 y 700 euros en quienes consideran a ambas lenguas por igual.

De los 30 no-usuarios, 18 de ellos nacieron en Barcelona y 12 en otro municipio de Cataluña, no hay nadie que haya nacido en otro municipio de España. Entre los hombres, son más los que nacieron fuera de Barcelona; y entre las mujeres, son más las que nacieron en la ciudad. Entre géneros, son más las mujeres las que nacieron en Barcelona. En cuanto a los barrios, los que viven en el Raval nacieron mayormente fuera de la ciudad.

---

A diferencia de los usuarios, hay 4 no-usuarios que consideran que sólo el castellano es su lengua (son todos hombres), y hay más no-usuarios, 14 de ellos, que consideran el catalán como su lengua; y 12 que consideran que son ambas por igual. Entre los hombres, son minoría quienes consideran a ambas como su lengua, mientras que entre las mujeres son absoluta mayoría quienes ven tanto al castellano como al catalán como sus lenguas y quienes ven al catalán como su única lengua. Entre géneros, son más las mujeres las que ven al catalán como su lengua y quienes ven a ambas por igual, mientras que son sólo hombres los que ven al castellano como su lengua. Por barrios, una diferencia podría observarse entre los que viven en el Raval, quienes consideran mayormente al catalán como su lengua, y quienes ven sólo al castellano como su lengua se reparten proporcionalmente entre el propio Raval y la Verbena.

En términos de formación, los que consideran al catalán como su lengua presentan un mayor porcentaje de estudios finalizados (primaria y secundaria completa).

Entre los casados no-usuarios, mayormente consideran que ambas son sus lenguas, similar para quienes han enviudado. En cuanto a los ingresos, están distribuidos de manera proporcional, se puede observar que entre los que prefieren al catalán como su lengua hay más personas que obtienen los ingresos mínimos, entre 300 y 500 euros/mes, pero también son quienes más obtienen entre 700 y 1000 euros/mes, siendo mayor la proporción de 500 y 700 euros/mes entre quienes consideran a ambas lenguas por igual.

Sobre esta dimensión, los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad nos han permitido contar con más elementos para una interpretación. Uno de los aspectos llamativos del trabajo fue observar que gran parte de la identidad de los sujetos se juega a propósito de su pertenencia a los barrios. "Yo soy del Raval", "yo soy del Eixample" y "yo soy de la Verbena", eran exclamaciones recurrentes en los discursos de los mayores. Su identificación era desde el territorio, no surgía a propósito de ser parte de un colectivo homogéneo, sino

---

que de las generaciones que tuvieron una participación histórica en la construcción de lo que son hoy los barrios, ahí se reconocían, ahí encontraban un lugar. Un territorio con contenido, con múltiples vidas que se cruzan, vínculos fuertes y débiles, familias entre familias, industrias incrustadas en sus paisajes cotidianos.

El contexto espacio-social en que habitan, estos elementos influyen tanto en la auto-percepción como en la percepción de la otredad. La condición de tercera edad opera más bien como una identidad nominal y externa, no influyendo principalmente en las representaciones sociales que los mayores tienen de sí mismos. No fue común, ni mucho menos reiterativo, escuchar de parte de ellos que se refiriesen a "tercera edad" o a "cuarta edad". Las principales referencias identitarias encontradas en sus discursos estuvieron referidas a una auto-percepción como "familias habitantes", donde la pareja, marido o esposa, y el territorio actúan como vínculos.

También, otro elemento observado fue la presencia de expresiones de movilidad asociada a la identidad. En dos sentidos, como expresión de diferencia, en el sentido de confirmar que un elemento distintivo, en relación a otros mayores, es su capacidad de desplazamiento sin limitaciones físicas ni de dependencia. En otro sentido, una movilidad que confirma su pertenencia, que no están en tránsito hacia otro lugar, sino que están en el lugar definitivo.

Otro aspecto interesante es que en los mayores y en sus expresiones de identidad, el barrio y su cultura ocupan un lugar importante, más que a las expresiones que pudiesen ser asociadas a la ciudad. El barrio se superpone a cualquier posibilidad de identificación.

En término de las expresiones asociadas al barrio, el discurso identitario va desde la auto-nominalidad (de sentirse "del Raval", "del Eixample", "de la Verbena") a la nominalidad del otro ("los afuerinos", "los de afuera", etc.) La localidad constituye un referente de la identidad que está siempre presente ya sea para explicar los fenómenos relacionales que los afectan, o ya sea para identificar a quienes consideran como "los otros".

En términos de las expresiones asociadas al entorno, los discursos identitarios explican su cotidianidad a partir de los elementos que ven en dicho espacio y a partir de las particularidades del mismo. Ello ocurre, por ejemplo, en la relación con los turistas y skateers del MACBA, o con los inmigrantes que hacen largas colas en la dependencia de la policía en la calle Guipúzcoa o con el barrio rosa del Eixample izquierdo, nuevos habitantes que se incorporan a sus vidas cotidianas, sin causarles mayor sorpresa, una diversidad que les permite mantener una identidad de sí mismos.

## DIMENSIÓN ACTIVIDADES

Entre las actividades que más realizan los 72 usuarios mayores, observamos que las preferencias son pasear (54 preferencias), ver televisión (47 preferencias), salir a actividades sociales y de mayores (46 preferencias), leer revistas y prensa (42 preferencias), escuchar música (40 preferencias) y cuidar a los nietos (39 preferencias).

*"...Durante el día, básicamente realizo las tareas del hogar. También me junto con mi familia y con mis amigas, pero nunca fuera de casa. La verdad que no tengo una actividad social muy agitada. Me paso más tiempo con mi familia" (CARMEN, 75 años).*

*"...todos los días salgo a caminar por la mañana, unos 8 Km....realizo encargos para mi mujer y mis hijos. Visito a los nietos...la tarde me la dedica a mi...voy a un par de talleres...hay unos de baile muy entretenidos...leo mucho, veo la tele, sólo deportes y temas culturales... y me relajo" (RAFAEL, 72 años).*

*"...llevo a mis nietos al cole, después hago algunas compras para la casa, compro el pan. Leo el periódico, paseo. Vuelvo a recoger a mis nietos. Voy al médico, para mí o para recoger recetas para los demás, en fin... Tengo tiempo para todo y para todos" (MIGUEL, 76 años).*



Para efecto del análisis, agrupamos las respuestas en cinco columnas vinculadas a las cinco principales preferencias. Por ejemplo, si tomamos la primera actividad que realizan, además de ver la televisión, los mayores pasean (17) y escuchan radio (8). Quienes ven TV son más hombres, lo mismo que escuchar radio, mientras que las mujeres son quienes más pasean. Por barrios, en la Verbená es donde más radio escuchan, pasean más en el Eixample y ven más TV en el Raval. Si las mujeres pasean más, presentan más oportunidades para portar el móvil, hay una mayor intención por el movimiento y el traslado, lo que les facilitaría la construcción de escenarios propicios para el uso del dispositivo móvil.

Los casados escuchan más radio y ven más la TV, mientras que los que han enviudado y están divorciados son los que más pasean. Ningún viudo escucha radio. En la dimensión de ingresos, quienes ganan entre 300 y 500 euros/mes prefieren ver TV, lo mismo que los que ganan 500 a 700 y 700 a 1000 euros mensuales. Mientras que los que ganan más de 1000 euros prefieren escuchar radio.

Para los 30 no-usuarios sus principales actividades son ver Televisión (23); escuchar radio (18), cuidar a los nietos (18), leer prensa y revistas (15), pasear (15) y leer libros (11). Siendo más las mujeres quienes ven TV, pasean y escuchan radio. Por barrios, donde más pasean y escuchan radio es en el Eixample y donde más ven TV es en el Raval. Los casados son los que más ven TV y pasean, mientras que los viudos son quienes escuchan más radio y ninguno de ellos pasea.

Entre las actividades que menos realizan los usuarios son ir al bar o restaurante (72), ver video y películas en DVD (55), jugar en el ordenador o en consolas (52), escuchar radio (39), escuchar música (29), salir al cine y al teatro (24).

Entre las actividades que menos realizan los no-usuarios, están ver videos y películas en DVD (27), jugar en el ordenador y consolas (21), salir al bar o restaurante (15), salir al teatro y a los museos (13).

**61. Actividades que más realizan por Género**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	Masculino
Usuario	Primera activ que más realiza (+1)	escuchar radio	6	2	8
			16.7%	5.6%	11.1%
		pasear	2	15	17
			5.6%	41.7%	23.6%
		ver televisión	28	19	47
			77.8%	52.8%	65.3%
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Primera activ que más realiza (+1)	escuchar radio	0	3	3
			.0%	15.0%	10.0%
		pasear	0	4	4
			.0%	20.0%	13.3%
		ver televisión	10	13	23
			100.0%	65.0%	76.7%
	Total		10	20	30
			100.0%	100.0%	100.0%

En líneas generales, estos datos nos permiten observar que hay una relación positiva entre el tipo de actividad y las posibilidades de uso de la telefonía móvil. Es decir, aquellos que realizan una actividad que implica salir de casa, pasear, asistir a actividades sociales, cuidar a los nietos, encontrarse con familiares y amigos, tienden ser casos donde es más alto el número de usuarios de la telefonía móvil, en contraposición con los que prefieren actividades vinculadas a mantenerse fijo en un lugar, escuchar radio, leer libros, conversar con gente en casa, ver video o DVD, quienes presentan una menor cantidad de usuarios del teléfono móvil.

Algunos usuarios habituales del móvil dudan de hacer alguna actividad si no lo llevan consigo, especialmente entre los adolescentes “me moriría si no llevo el móvil conmigo”, “estoy incomunicada, me quedé sin saldo” (Ito, 2005:21); sin embargo los mayores no se plantean reducir las actividades que son capaces de realizar a propósito de llevar o no el móvil consigo.

## DIMENSIÓN SATISFACCIÓN

La mayoría de los usuarios mayores, 32 casos, consideran de "aceptable" la calidad del servicio que reciben, mientras que 25 afirman que es "bueno" y 15 opinan que es "malo". Son más las mujeres quienes lo consideran malo y aceptable, y los hombres son quienes más lo interpretan como bueno. Por barrios, nadie que vive en la Verneda lo considera malo, mayoritariamente los que viven en el Eixample lo ven aceptable y quienes viven en el Raval lo consideran bueno. Entre los casados se agrupan los mayores porcentajes de aceptable y bueno, quienes lo ven malo son mayormente los que han enviudado y los divorciados. En términos de ingresos, las franjas se reparten de manera proporcional, sin grandes diferencias, habiendo un pequeño margen entre las personas que ganan más de 1000 euros que consideran al servicio como bueno.

Respecto a la "satisfacción en el uso", de los 72 usuarios, 39 de ellos la consideran buena y uno la ve como muy buena. Mientras que 28 usuarios la consideran regular y 4 afirman que es muy mala. Mayormente los hombres la consideran buena (30 casos), mientras que las mujeres mayormente la consideran regular (24 casos), quienes definitivamente la consideran mala son un hombre y tres mujeres; mientras que es solo un hombre el que la considera muy buena.

### 62. Satisfacción en el Uso

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Satisfacción con su Uso del TM	mala	1	3	4
			2.8%	8.3%	5.6%
		regular	4	24	28
			11.1%	66.7%	38.9%
		bueno	30	9	39
			83.3%	25.0%	54.2%
		muy buena	1	0	1
			2.8%	.0%	1.4%
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Los casados son más en tres de las consideraciones, sólo suman más quienes la consideran regular, viudos y divorciados juntos. Quienes ingresan más de 1000 euros al mes se inclinan por considerarla buena, los que menos ingresan se inclinan por considerarla regular.

¿Teléfonos especiales? Hay un amplio y extendido ámbito que busca la accesibilidad y usabilidad de los objetos, "diseño para todos", para facilitar la vida y el desempeño de los mayores.

La mayoría de los 72 usuarios mayores se sienten "satisfechos" con el modelo de teléfono que poseen y se sienten "cómodos con su teléfono", así declaran 66 personas, mientras que 6 no están conformes.

*"a mi no me gustan esos modelos...si los he visto...parecen teléfonos de juguete....una cosa es que me cueste ver...pero otra distinta es que me vean como un nene de guardería..." (JOAN, 69 años).*

63. Satisfacción por el modelo que posee

Categoría Usuario		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Usuario	Satisfacción x modelo que posee			
	no	2	4	6
		5.6%	11.1%	8.3%
	si	34	32	66
		94.4%	88.9%	91.7%
	Total	36	36	72
		100.0%	100.0%	100.0%

Tanto hombres como mujeres están satisfechos por igual, sólo se observa una variación marginal en quienes no les gusta su modelo de móvil (2 hombres y 4 mujeres, tres son divorciados). La misma preferencia de estar conforme con su modelo de móvil se observa para casados como para quienes han enviudado. En cuanto a ingresos, todos los que tienen entre 300 y 500 euros/mes y todos los que obtienen más de 1000 euros mensuales están satisfechos con su actual teléfono.

---

*"...No, porque yo los veo igual, aunque sea más pequeño. Aunque los de mis hijos son más complicados y más pequeños. Yo uso lo básico, que pueda llamar, yo al ser mayor ya no me preocupa tanto. Aunque sea pequeño que se vea bien...con eso me conformo" (ANA, 73 años).*

Si pudieran, sólo 11 usuarios cambiarían su actual modelo, mientras 61 usuarios no lo harían. Entre quienes lo cambiarían, 5 son hombres y 6 son mujeres, dos viudos, 5 casados y 4 divorciados, y reciben entre 700 y 1000 euros al mes.

En un escenario hipotético, entre las razones, por las que eventualmente cambiarían su teléfono, 27 usuarios lo cambiarían por otro modelo que tuviera accesorios como cámara de fotos, 12 hombres y 15 mujeres, de estos 14 están casados, 6 son viudos y 7 divorciados.

Otros 14 usuarios lo cambiarían por un modelo que fuese lo más moderno y actual posible, entre ellos 5 son hombres y 9 son mujeres, 8 están casados 3 divorciados y 3 han enviudado, e ingresan mayormente entre 500 y 1000 euros al mes.

Por su parte, 14 usuarios lo cambiarían por otro que tuviera el teclado más grande, entre ellos 9 son hombres y 5 son mujeres, de los cuales 7 están divorciados, 3 viudos y 6 casados. Por primera vez los divorciados superan a los viudos y casados; mayormente ingresan entre 700 y 1000 euros al mes. Los que menos ingresan, 300 y 500 euros al mes y los que ingresan más de 1000 euros al mes no se cambiarían por esta razón.

Para 13 usuarios lo cambiarían por otro que tuviera la pantalla más grande, 6 hombres y 7 mujeres, de ellos 8 casados 2 son viudos y 4 divorciados, mayormente ingresan entre 500 y 700 euros al mes.

A su vez, 9 personas se cambiarían si el otro modelo tuviese "tapa deslizante", entre ellos 3 son hombres y 6 mujeres, 5 viudos, 1 casado y 3 divorciados. En este punto, por primera vez los que han enviudado son más que el resto. Igual que la tendencia que se ha repetido hasta ahora, sus ingresos están entre los 500 y 1000 euros al mes.

Mientras, 5 usuarios declaran si se encontrasen con un modelo con más memoria se cambiarían, 4 hombres y una mujer, 4 están casados y uno ha enviudado, perciben entre 700 a 1000 euros al mes.

La gran mayoría no lo reemplazarían por otro a propósito que reflejara mejor su estilo de vida, de 72 usuarios sólo uno lo sustituiría por esa razón. Este es un usuario hombre, 67 años, secundaria completa, casado, ingresa más de 1000 euros al mes.

El género es un buen predictor de seguir observando, por ejemplo, las mujeres tienden a asociar el teléfono móvil, en el caso de tener que sustituirlo por otro, a cualidades técnicas que tengan sus correspondencias simbólicas de sus usos, es decir, lo cambiarían si "fuese lo más moderno posible", "que tenga tapa deslizante", "con cámara de fotos".

De los 72 usuarios, 8 han personalizado su teléfono, customizado, fundamentalmente cambiando los polítonos, y otros han cambiado la carcasa. Mayormente son mujeres, casadas y tienen ingresos entre los 500 y 700 euros/mes.

*"Me lo regaló mi hijo. Él se ha comprado otro y me ha dado éste para tenerme localizado. Me ha puesto el escudo del Barça en la pantalla y cuando llaman suena el himno" (JOAN, 69 años).*

#### 64. Carcasas o polítonos

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Tiene diferentes carcasas o diferentes polítonos	no	36	28	64
		si	0	8	8
Total			36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Para otras generaciones la pérdida del móvil puede resultar traumática, incalculable emocionalmente. Para los 72 usuarios mayores, si se les llegase a

perder, a 58 de ellos no les pasaría nada, lo reemplazarían por otro, 13 sentirían alivio, y en un caso sentiría angustia, aislado de sus contactos.

**65. Qué sentiría si se le pierde o roban el móvil**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Qué sentiría si se pierde, estropeará o robarán su TM	alivio	3	10	13
		aislado de mis vínculos y contactos	1	0	1
		nada, lo reemplazaría	32	26	58
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

La mayoría no tiene ningún apego afectivo al Terminal, es una relación práctica, fácilmente reemplazable. Entre los 13 que sentirían alivio, 10 son mujeres y 3 hombres, la mayoría tiene secundaria incompleta, 7 casados, 3 divorciados y 3 son viudos, y proporcionalmente son los que menos ingresos reciben.

En los grupos de discusión, salió el tema de lo fácil o difícil que resulta el uso de la tecnología. La mayoría opinaba que podrían ser más fáciles, pero que a veces son producidas para que su uso no sea tan fácil:

*“la industria tecnológica tiene mucho que ver en que las cosas sean difíciles de usar”. “La industria hace más difícil el acceso, no es normal que la gente tenga tres mandos para poner una película en el DVD. Necesitamos el control del televisor, el control del reproductor, el control del audio...así a cualquiera se le quitan las ganas de ver una película” “Si, y eso del control universal es mentira, yo he comprado esos que venden que te dicen que con uno sólo podrá manejar todos los cacharros...y no es cierto” “Con el móvil no pasa tanto, pero veamos, ahora que dicen que va a venir con TV incluida...veremos” (GRUPO 4).*

Sin embargo, la principal gratificación, más allá de las cuestiones tecnológicas, que obtienen las personas mayores es en el propio intercambio comunicativo,

de sentirse necesarios en el espacio conversacional móvil. En la medida que se reconoce su presencia, que pueden contactar con sus familias y amigos, que sigan representando y proyectando sus roles familiares a través del teléfono móvil, dispositivo que asegura la continuidad latente de su presencia en los distintos cruces de su red de contactos. Se sienten satisfechos que puedan contactarse y que los demás entiendan que sus móviles estarán siempre encendidos, disponibles, pero su gratificación sería mayor si ellos también pudiesen conectarse en cualquier momento, que los demás tuvieran la misma disponibilidad que ellos manifiestan.

## **DIMENSIÓN RED DE CONTACTOS**

Entre quienes contaron los usuarios mayores al momento de introducirse en el uso del teléfono móvil, destacan principalmente los hijos, luego les ayudaron sus nietos. Muy pocos encontraron ayuda en sus maridos o esposas, tampoco los amigos aparecen como grandes facilitadores, de hecho son más los casos en que nadie les ayudó.

En pleno proceso de adopción, cuando tienen una dificultad con su teléfono, acuden fundamentalmente a un comercial de la tienda (37 casos), al hijo o hija (19 casos), esposa o marido (9 casos), número de atención de clientes (3 casos), algún familiar (3 casos) y algún amigo (1 caso). Entre las mujeres y entre los hombres, ambos recurren más a la tienda y a los hijos. En el caso de los hombres, por ejemplo, también recurren a sus esposas, en cambio ninguna mujer recurre a su esposo. Entre quienes han enviudado recurren más a los hijos; entre los casados recurren más a las tiendas. Entre los que ingresan menos recursos, acuden más a las tiendas.

La agenda o directorio del móvil tiene varios significados, en esta aplicación se almacenan los contactos que son considerados imprescindibles, familia, amigos, instituciones, servicios y otros.



“...Amigos no, pero sí la familia. Todos los hijos, nietos y una vecina. Amigos no, los tengo en la agenda de casa...” (ANA, 73 años).

“sólo familia...amigos que va, son amigos de bolsillo” (JUAN, 66 años)

De los 72 usuarios, 13 de ellos tienen guardados menos de 10 números, 23 usuarios tienen registrados entre 10 y 30 números; 33 usuarios tienen almacenados entre 30 y 50 contactos, y en 3 casos tienen más de 50 registros incorporados en su directorio del móvil.

#### 66. Números guardados en la agenda del móvil

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Menos de 10	13	12,7
	10 a 30	23	22,5
	30 a 50	33	32,4
	Más de 50	3	2,9
	Total	72	70,6
Total			100,0

Quienes más números guardados tienen son las mujeres. También es posible observar quienes tienen menos de 10 números guardados en su móvil mayormente son hombres casados. A su vez, todos los que tienen ingresos mínimos, entre 300 y 500 euros al mes, guardan más de 10 números en su agenda.

Entre los usuarios que tienen entre 10 y 30 números almacenados en su teléfono también es posible apreciar que son mayormente hombres casados, con ingresos intermedios, entre 700 y 1000 euro al mes. Asimismo, quienes tienen entre 30 y 50 números registrados, mayormente son mujeres, observándose que son más los que han enviudado y los que están divorciados, siendo sus ingresos entre 300 y 700 euros. Por su parte, quienes tienen más de 50 registros son mayormente mujeres casadas, con ingresos entre 500 y 700 euros al mes.

En cuanto a quiénes pertenecen los números guardados en su agenda, para la mayoría estos corresponden a los familiares que viven fuera de casa, luego

les siguen los números de los familiares que viven juntos con ellos; en un tercer grupo están los amigos, los números de servicios públicos (consultorios, ayuntamiento) y números comerciales (tiendas, farmacias, mercados, servicios); en un cuarto grupo están los números de emergencia y los registros de organizaciones sociales, vecinales y barriales.

Algunos elementos que se pueden observar en los números guardados en el teléfono: los hombres tienen guardados más números de los familiares que viven en casa, mientras que las mujeres tienen más registros de familiares que viven fuera de ella. A su vez, los hombres tienen más números almacenados de amigos y números de emergencias que las mujeres. En cambio, las mujeres registran más números de servicios públicos y números comerciales.

*"...quizás parezca raro...pero yo llamo a mis amigos y ellos me llaman a mí...generalmente para quedar y tomarnos unos tintos..." (AURELIO, 66 años).*

En cuanto a casos particulares, vemos que de los 15 viudos, 12 de ellos no tienen registrado números de familiares que vivan con ellos, lo que es lógico, ya que en su mayoría viven solos. Pero, en los 15 viudos, es muy menor la cantidad de números guardados de familiares que viven fuera de casa, lo que dice que para la mayoría de los que han enviudado sus intercambios comunicativos móviles están fuera del ámbito familiar. Por otro parte, se dan tres casos de hombres casados que solo tienen guardados los números de la familia que viven con ellos en casa.

Concordante con lo anterior, con quienes más hablan los usuarios mayores a través del móvil son con: la familia que vive fuera de casa; con la familia que habita la misma vivienda; los amigos; los compañeros de actividades sociales; personas ocasionales, gente del comercio y de servicios y con personas de servicios públicos.

---

Entre algunos casos de esto último, vemos que las mujeres se comunican más con la familia que vive fuera de casa, y los que han enviudado son quienes más hablan con amigos.

También dentro de esta dimensión de la red de contactos de los usuarios mayores, en general, consideran que desde que usan el teléfono móvil les ha ayudado para comunicarse, en especial, con personas entre 30 y 35 años. Luego, otros consideran que ha sido valioso para vincularse con adolescentes. Donde no creen mayormente que el móvil les haya ayudado es con las personas mayores y con los niños, en estos casos la mayoría considera que lo mejor son los canales tradicionales de cara a cara y del teléfono fijo. Esto último es interesante, porque más bien ven que el móvil puede ser un nexo entre generaciones distintas, que les permite sumarse a los distintos ritmos de vida, sobretodo de las personas menores que ellos; y que con la gente de su edad, sus procesos de comunicación los tienen resueltos tal como lo han hecho hasta ahora, por lo que el móvil no les suma valor para interactuar con ellos.

*“Yo ahora me comunico más con nietos. Todos ellos tienen móviles y me llaman y yo también tengo los suyos, me comunico con ellos de manera más rápida...no tengo que esperar que me llamen...” (ANA, 73 años).*

En el mismo sentido, levemente, consideran que desde que usan el teléfono móvil hay más gente dispuesta a hablar con ellos (37 usuarios de 72), en especial, todos los que han enviudado piensan así. Finalmente, la mayoría piensa que la edad no es una barrera para que se comuniquen con ellos.

*“...con la edad no tengo problemas...si otros lo tienen, es asunto de ellos...claro que me gustaría ser más joven, pero como no se puede...yo estoy bien tal como me ve...mientras sepa hilar un par de frases no creo que mi edad sea un problema...” (CARMEN, 75 años)*

*“...la edad es una barrera insalvable según de lo que hables y con quién hables. Está claro que los jóvenes y nosotros tenemos lenguajes diferentes,*

---

*pero al final nos acabamos entendiendo. La edad no es una barrera para la curiosidad...yo soy muy curioso e inquieto. Tengo motivación por aprender cosas nuevas, aunque no me he adaptado a las nuevas tecnologías, por que no me lo he planteado" (RAFAEL, 72 años).*

*"...me gustaría ser más joven, pero en realidad estoy muy cómoda. Es una edad muy bonita para poder disfrutar de todo lo que no has hecho hasta este momento, no tener que trabajar y dedicarte a la familia. No tienes la presión del trabajo, los hijos están casados... me siento muy privilegiada de haber llegado a esta edad en buenas condiciones y así poder disfrutar de mi vida. El futuro, en general, económicamente lo veo muy convulso. Socialmente tiene que cambiar por que se está educando a la juventud dentro de unos valores muy materialistas y con mucho consumismo y como la historia enseña, vendrá de nuevo lo perdido para suplir o paliar lo actual...Crean expectativas falsas a la juventud y después se frustran al ver que no las pueden conseguir" (ELENA, 66 años).*

La mayoría de los mayores tienen un punto en "común": sus hijos. En más de algún punto de sus argumentos surgen, por la motivación, la satisfacción, la adopción, la apropiación, las consecuencias, en todas las dimensiones están presentes, y en varios casos son quienes articulan las posibilidades de uso del móvil por parte de los mayores. Aunque la observación también nos dejó otras evidencias, las relaciones estrechas con los hijos son importantes, parecen tener más influencia en el bienestar y satisfacción individual, como hombres y mujeres, más allá del papel de padre o madre. En este sentido, los amigos son un grupo importante, pero poco relevado, aparece inadvertido en sus discursos, aunque suponen una socialización más activa y una instancia de conversación socialmente más significativa. Los mayores suelen referirse a una red vertical, que parte en ellos y se extiende hacia abajo, esposa, hijos, nietos; pero sus referencias a los lazos horizontales no ocupan especial protagonismo en sus referencias; por ejemplo, los hermanos no están integrados a sus asociaciones inmediatas, absolutamente ausentes de sus expresiones que favorezcan algún tipo de vínculo.

---

Las personas mayores tienen una inclinación por valorar el gesto de “ponerse en contacto”, más que el propio contenido del mensaje. Interpretan que no han caído en el olvido, más si se trata de sus nietos.

*“...me gusta cuando los nietos me llaman y me preguntan cómo estoy, no lo hacen muy a menudo...bueno, ellos también me lo piden, me dicen “abuelo, ahora que tienes móvil podrías llamarnos un poco más”...tienen razón, a veces espero que ellos me llamen y a veces me falta la iniciativa de yo llamarlos” (Grupo 3).*

*“Cuando pasan unos días y no sé nada de mis hijas, las llamo. Les digo que porqué no lo han hecho, una llamada, un mensaje, para saber si está todo bien...claro, ellas terminan diciéndome que yo también las puedo llamar, que no espere que siempre sean ellas las que tengan que llamarme...claro, ahí empieza la discusión, a veces tengo la sensación que sólo me llaman cuando están afligidas, pero cuando todo está bien no me llaman para saber como estoy” (Grupo 3).*

Uno de los temas abordados en los grupos de discusión fue en torno a la interacción social. La experiencia del usuario mayor, en el contexto de la interacción social, es posible observarla en la voluntad por “mantener” cierta intensidad de contacto con sus círculos más próximos. Es decir, más que construir nuevas relaciones, sus prioridades comunicacionales son de proximidad, de una posibilidad para ellos, de estar más cerca de los “suyos”. Esta voluntad se materializa a través de una comunicación con “contenido”, si sienten que no tienen “nada que decir” obviarán establecer contacto, pero al contrario, si se trata de los demás hacia con ellos, no les importa que sus cercanos los llamen aunque no “haya mucho que decir”.

La interacción social móvil puede definirse como el proceso de intercambio comunicativo, ya sea a través de voz, de texto o de la comunicación visual a través del teléfono móvil. A través de la comunicación móvil no se pone en juego sus relaciones sociales, por muy amplias o reducidas que sean sus redes

---

de contactos, las que no requieren ser activadas por este intercambio, pero tienen el potencial de ser activado.

La red de contactos viene a representar su círculo más estrecho de vínculos, con las cuales interactúan de manera rutinaria, son breves pero emocionalmente comprometidas. En su red de contactos telefónicos opera un filtro de importancia, que es que no es una función fácil de manejar, por tanto muchos de ellos necesitan que otros procedan a ayudarles en la incorporación de contactos, generalmente los que corresponden a sus relaciones más reiteradas.

*“No tengo mucha gente en el teléfono. Sólo mis hijos y algunas de mis amigas. Después también tengo a mis hermanos, pero como no domino mucho el teclado del teléfono, si no me lo escriben ellos mismos yo no escribo nuevos contactos. Además cuando suena el teléfono tampoco veo muy bien la pantalla, así que tampoco miro quién es” (Grupo 2).*

*“Sólo tengo a mis hijos en la agenda, porque sólo lo uso para que ellos me llamen cuando yo estoy de viaje. Tengo algún amigo, pero no tengo a mucha gente” (Grupo 3).*

*“Como lo quiero sólo para cuando me llaman mis hijos, pues no tengo agenda. Yo ya sé cuál es el teléfono de mis hijos y cuando llaman, por los últimos números ya sé que son ellos” (Grupo 3).*

*“En la agenda del teléfono tengo a mis hijos y a mi mujer que son los que más me llaman. Según quién me llama no contesto, si son números ocultos” (Grupo 4).*

*“Creo que tengo bastantes contactos. Aunque no quiero ser una esclava del teléfono tengo a todos mis contactos en él, porque es como llevar la agenda siempre encima pero en un espacio muy pequeño. Tengo a mis hijos, a mi marido, a las amigas con las que más me veo. Después también guardo a las personas con las que tengo actividades. A mi madre, aunque*

*ella no me llama nunca, pero para llamarla va muy bien tenerlo ya grabado. No sólo grabo los móviles de estas personas sino también algún hijo" (Grupo 4).*

*"No tengo mucha gente. Tampoco no me llaman tanto como para guardarlos a todos" (Grupo 4).*

## DIMENSION ESPACIO PÚBLICO

Los usuarios mayores de 65 años prefieren hacer uso del teléfono móvil desde sus casas. De los 72, 42 de ellos lo hacen desde sus viviendas, mientras que 30 lo hacen desde lugares públicos (14 en el transporte públicos y 13 desde la calle); otros 3 usuarios lo prefieren hacer desde otros lugares cerrados, como son los centros de reuniones para mayores.

### 67. Sitio desde donde ocupa el móvil

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Sitio donde usa el Móvil	centro social	3	0	3
	calle	9	4	13
	transporte público	1	13	14
	casa	23	19	42
Total		36	36	72
		100.0%	100.0%	100.0%

Tomando de referencia a las edades que tienen mayor número de usuarios, tenemos que los de edad de 78 años (11 casos), 6 lo usan desde casa; 3 desde el transporte público, 2 desde la calle; los de 75 años (8 casos) 5 desde casa y 3 desde el transporte público; los con 77 años (7 casos) 4 desde su vivienda y 3 desde el transporte público, y los con 74 años (6 casos) 2 lo hacen desde sus casas y 4 desde la locomoción colectiva. De todos los usuarios, sólo el que tiene 65 años y los dos de 80 años lo ocupan sólo en lugares públicos.

---

*"...si me llaman y ando por la calle lo contesto...pero si tengo yo que llamar, prefiero hacerlo cuando estoy en casa, más relajado...pero si es algo urgente y necesito llamar no espero llegar a casa" (AURELIO, 66 años)*

*"...la casa te da esa tranquilidad que no tienes en la calle, todos corriendo, apurados...que te empujan...pero cuando voy en el autobús, y si el trayecto es largo, me pongo a curiosear el teléfono" (RAFAEL, 72 años).*

Según el género, observamos que de los 42 usuarios que hablan desde sus casas, 23 son hombres y 19 son mujeres; mientras que de los 14 que hablan desde el transporte público uno es hombre y 13 son mujeres. De los que lo ocupan en la calle, 9 son hombres y 4 son mujeres, y de los 3 que lo hacen en otros sitios cerrados, son todos hombres.

Como se ha observado en los otros cruces expuestos, el tipo de formación mantiene la tendencia general, los usuarios que tienen secundaria incompleta (23 casos) son los que tiene más presencia en todos los espacios, tanto en la casa (11 casos), en el transporte público (9 casos), en la calle (3 casos); lo mismo ocurre con los usuarios que tienen secundaria completa (19 casos), desde sus viviendas (10 casos), desde la locomoción colectiva (4 casos), desde la calle (5 casos). Los que tienen formación técnica completa (11 casos) lo ocupan en lugares cerrados (8 en casa y 3 desde centros o espacios de reunión para mayores).

De los 15 que han enviudado, 10 lo usan en sus casas y 5 en el transporte público. Ninguno lo usa en la calle ni en otros lugares públicos cerrados. Mientras que los usuarios casados (45 casos), 26 lo emplean desde sus casas. De los 13 usuarios que emplean el móvil desde la calle, todos son casados y los 3 que lo hacen en lugares públicos cerrados también son todos casados.



**68. Sitio en donde usa el Móvil Estado civil casado**

Categoría Usuario			casado		Total
			si	no	
Usuario	Sitio que usa el Móvil	centro social	3	0	3
		calle	13	0	13
		transporte público	3	11	14
		casa	26	16	42
	Total		45	27	72
			100.0%	100.0%	100.0%

Los ingresos tienen una presencia proporcional en todos los espacios, tanto desde la casa como en el transporte público, el porcentaje mayor de usuarios son los que perciben entre 500 y 700 euros/mes. La excepción está en los que lo usan desde la calle, de éstos, la mitad tienen ingresos por sobre los 1000 euros/mes.

Puede interpretarse que hay una relación positiva entre tener una mayor capacidad de movimiento y desplazamiento, que pasan más tiempo fuera de casa, con disponer de un nivel de ingresos mayores.

En esta dimensión del uso del teléfono en el espacio público, los mayores consideran especialmente molesto ocupar el Terminal en el tren, metro o autobús (40 casos), molestia que es contradictoria con sus usos, ya que el segundo lugar donde más lo emplean los adultos mayores es precisamente desde el transporte público (30 casos). La explicación puede estar en que más bien los mayores reciben llamadas en estos sitios, como algo insalvable, pero que si de ellos dependiera no ventilarían sus conversaciones privadas en espacios donde otros puedan enterarse. Otros sitios considerados molestos para ocupar el móvil son en los hospitales (15 casos), en los cines (8 casos), similar valoración tienen usarlo en casa, en reuniones y en los restaurantes (3 casos para cada uno).

*"...a mí no me molesta...me molesta si hablan alto, pero no me incomoda que la gente hable por la calle" (CARMEN, 75 años).*

*“No me molesta que otros hablen por teléfono. Al principio pensaba “qué le pasa a éste que va hablando solo” pero no, no me molesta” (RAMÓN, 69 años).*

**69. Sitio molesto para usar el móvil**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	En qué sitio es más molesto usar el tel móvil?	otro	3	0	3
		cine	1	7	8
		hospital	8	7	15
		reunión social	3	0	3
		casa	0	3	3
		transporte público	21	19	40
	Total		36	36	72
No usuario	En qué sitio es más molesto usar el tel móvil?	hospital	1	4	5
		restaurante	0	1	1
		reunión social	2	0	2
		transporte público	7	15	22
	Total		10	20	30

Según el género, tanto hombres como mujeres lo consideran molesto en términos generales, siendo la valoración más negativa de los hombres en el transporte público, en reuniones y hospitales (21, 3 y 8 casos respectivamente), mientras que las mujeres tienen una opinión más negativa que los hombres en el uso del móvil en el cine (7 casos).

Según su estado civil, para los usuarios casados es más molesto usarlo desde el transporte público (25 casos), mientras que para los viudos lo es hacerlo desde los hospitales (9 casos). Esta molestia es correspondida por los mayores no-usuarios, para los casados no-usuarios su mayor molesta es en la locomoción colectiva (17 casos); y para los viudos no-usuarios su mayor molestia se reparte entre hospitales y transporte público (3 casos para cada uno).

Para los usuarios hombres no es molesto usarlo en casa y para los no-usuarios hombres usarlo en un restaurante tampoco provoca molestia. Las mujeres

---

usuarios no lo consideran molesto usarlo en un restaurante ni en una reunión social.

Para los casados usuarios es molesto usarlo en todos los sitios, excepto para los no-usuarios casados que no lo consideran perturbador emplearlo en una reunión social. Mientras que para lo que han enviudados, no es molesto usarlo en un restaurante, en el cine, en una reunión social, ni en la casa. Asimismo, para los no-usuarios viudos tampoco es molesto usarlo en un restaurante.

Entonces, quienes tienen menos problema de incorporar el móvil a su dinámica cotidiana y a su desplazamiento urbano, de lo que se observa en esta muestra, son principalmente las mujeres y quienes hayan enviudado, la tendencia es que ellos se enfrentarán al uso público sin tantos prejuicios.

Según los ingresos, los usuarios que manifiestan mayor molestia en el uso del móvil en el transporte público son los que perciben entre 500 a 700 euros/mes (19 casos); a los que más le molesta su uso en el hospital son los que obtienen ingresos entre 700 a 1000 euros/mes (9 casos). A su vez, a los únicos que les molesta su uso en una reunión son los que perciben ingresos entre 700 a 1000 euros/mes; a los únicos que les molesta su uso en un restaurante son los que obtienen más de 1000 euros/mes; y a los únicos que les molesta su uso en casa es a quienes ingresan mensualmente entre 300 y 500 euros.

En el caso de los no-usuarios, no hay grandes diferencias entre ingresos y molestia, sin embargo la única distinción está en que a los únicos que le molesta su uso en el hospital son los que perciben los ingresos más bajos, entre 300 a 500 euros/mes.

Lo que se desprende de esta interpretación, es que hay algunas percepciones un tanto definidas, sobre el tipo de usuario y las molestias que provoca el uso del móvil en distintas esferas públicas y privadas, por ejemplo observamos algunos casos:

---

A quien más molestia le produce el móvil en la casa es a una mujer casada, con formación primaria completa y que percibe ingresos entre 300 a 500 euros/mes. A su vez, le molesta el uso del móvil en una reunión social a un usuario hombre, casado, con educación técnica incompleta y que percibe entre 700 a 1000 euros/mes. A quien más le molesta su uso en un restaurante es a un usuario hombre, casado, con educación secundaria completa y que ingresa mensualmente más de 1000 euros.

Entre los no-usuarios, a quienes más le molesta el uso del móvil en una reunión social es a un hombre casado, con estudios universitarios incompletos, que ingresa 500 a 700 euros/mes. El uso más molesto en un restaurante es para una mujer casada, con educación secundaria completa y que recibe 500 a 700 euros/mes.

Como conclusión sobre este punto, la característica que está presente entre quienes expresan molestias y quienes declaran no sentirse incómodos es el estado civil, tanto para usuarios como para no-usuarios. Quiénes expresan sus mayores molestias son casados, pero indistintamente si son hombres y mujeres, con diferentes niveles de formación y con distintos ingresos. Asimismo, la característica entre las personas que declaran no sentirse molestas con el uso del móvil es que todas ellas han enviudado, no molestándole el uso ni en la casa, ni en una reunión social, ni en un restaurante, hospital ni cine, son hombres y mujeres, con distintos ingresos y niveles de formación

Otro elemento que podemos observar en esta dimensión de su uso en el espacio público es sobre los comportamientos que declaran en situaciones precisas, como cuando suena el teléfono móvil y se encuentran en un sitio con más personas. La mayoría lo apaga (36 casos), otros lo contestan e informan que no pueden hablar (13 casos); otros lo contestan y salen del lugar (8 casos); otros lo contestan tranquilamente (7 casos), otros lo colocan en modo silencio o vibrador (6 casos) y otros dejan que suene (2 casos).

Con estas prácticas podemos interpretar dos tendencias. La primera, que en mayor número (44 casos), las personas mayores priorizan el espacio físico, la

---

referencia presencial, estar presente junto a otros, como un acto de respeto, vinculado más bien a las normas, así si se encuentran con una llamada lo apagan, los ponen en modo de silencio. Esto supone un cierto control sobre quienes le llaman, sabiendo en general por qué lo hacen, no es fácil llegar y apagar el móvil, debe haber ciertas certezas sobre que no pasará gran cosa si se margina por unos minutos de la red de comunicación móvil

La segunda tendencia (28 casos), tiene sus matices, un grupo preferirá la negociación entre los espacios, tanto para el físico como para el espacio de la conversación móvil, evaluarán su presencia y ausencia en términos de la prioridad del momento y dependiendo de quién les haga la llamada. Algunos lo contestarán frente a quienes le acompañan, mantendrán su posición física, se enterarán sobre el contenido de la llamada, tenderán a ser muy cortos, una pequeña presencia en el espacio conversacional móvil y volverán a reestablecer su presencia en el lugar físico. Otros optan por dos opciones, contestar tranquilamente, donde la prioridad es la comunicación móvil, incluso independiente de quien sea el que llama, permanecerán en el lugar pero estarán ausentes, no se incomodarán por el tono de voz que deben ocupar, lo harán como siempre, a la vista de los demás y sin importarle que pueda incomodar a los que tiene enfrente, tampoco adoptarán alguna postura que implique hacer ver que su conversación es privada, sus cuerpos estarán tranquilamente dispuestos. Por su parte, otros, los que optan por contestar y salir de la vista del espacio físico, sienten que pueden incomodar, y que también ellos se sienten incómodos de que otros lleguen a escuchar sus conversaciones, tienen más compromiso con el espacio conversacional móvil, pero no se despreocupan del espacio físico totalmente, cuando regresan piden disculpas, o más de alguien les pregunta por la llamada, si está todo bien, etc.

*"...Si a veces lo hago de puro pesá', cuando me llaman me paro de la sala y cuando me reintegro más de alguna me pregunta quién te llamó...está todo bien...era tu niña....les intriga, es que las viejas somos cotillas..." (NURIA, 73 años)*

---

*“La verdad es que me paro...no me gusta esa gente que cuando les llaman contestan como si estuviesen en sus casas...a mí no me interesa saber si su perro fue al veterinario o no...supongo que a ellos tampoco le importe lo que compré en el mercado esta mañana” (FRANCISCA, 71 años)*

*“Yo...llego y lo contesto...espere...”sí dígame....cómo dice, no, no, tengo Movistar y no me quiero cambiar, hasta luego”...como le decía, para lo que hablo, yo hablo muy poco... si me suena el móvil lo contesto, porque además quien más me llana es mi mujer...y ella no se puede mover mucho...entonces me llama para que le lleve algún encargo o que pase a hacer algún recado...” (MANUEL, 78 años)*

*“Llegando al club lo apago...mi mujer también viene...me instalo aquí, juego mis partidas de villar... y lo enciendo cuando me voy para la casa...además si alguien quiere ubicarme que llamen a mi señora...ella lo mantiene encendido...usted sabe...por los niños...si pero los niños llaman para pedir sólo favores...eh, mejor que llamen a la madre” (JOAN, 69 años)*

*“Depende... a veces estoy esperando una llamada y si la puedo contestar sin tener que salir, lo hago...en otras, si el taller me tiene entretenida...lo apago...además que hay mucha gente que lo apaga porque a los monitores, que hacen los talleres, nos piden que entremos con los teléfonos apagados...siempre lo hago...pero cuando espero una llamada, lo dejo encendido” (IMMA, 68 años)*

*“Usted va ver....quédese más rato...el móvil no le suena a nadie...ve...pero espere que se acerquen las 5...ahí van a sonar...que la hija que no puede ir a la guardería...que no alcanzo a pasar a la farmacia...que si puedo pasar a buscar los zapatos...yo le tengo advertida a mi hija...si quiere alguna cosa me lo dice tempranito...ve que yo también tengo mis cosas que hacer... (GEMMA, 66 años).*

---

En la muestra, en las edades donde mayor número de usuarios, observamos que, a los 78 años (11 casos), 5 lo contestan tranquilamente, 3 lo contestan y salen del lugar, 2 lo apagan y uno lo pone en modo silencio; a los 75 años (8 casos), 3 lo apagan, 3 lo ponen en silencio y 2 lo dejan que suene; a los 77 años (7 casos), 5 lo apagan y 2 lo contestan y dicen que no pueden hablar en esos instantes; a los 74 años (6 casos), 4 contestan y salen del lugar y 2 contestan y dicen que no pueden atender.

Según el género, tanto hombres como mujeres lo apagan (16 y 20 casos respectivamente), ambos contestan e informan que están ocupados (8 y 5 casos respectivamente) y ambos colocan el móvil en modo silencio (3 casos cada uno). En las acciones que sólo hacen los hombres está contestarlo tranquilamente (7 casos) y dejar que suene (2 casos), mientras que sólo lo hacen las mujeres es contestar y salir del lugar (8 casos).

El nivel de formación impacta en la misma relación que en los cruces anteriores, siendo más evidente que la educación secundaria incompleta y secundaria completa están más presentes en la decisión de apagar el móvil y en contestar y decir que no pueden hablar en esos momentos.

En relación al estado civil, hay que considerar una variable que no había tenido peso en las interpretaciones anteriores. Se trata de las personas mayores divorciadas. Así tenemos que tanto casados como los que han enviudado y los divorciados apagan el móvil (26, 4 y 6 casos respectivamente); contestan y dicen que están ocupados y que no pueden seguir hablando 9 casados y 4 viudos; contestan tranquilamente 4 casados y 3 divorciados, respectivamente. Entre las acciones que hacen sólo los casados está colocarlo en modo silencio (6 casos).

Entre los que han enviudado y los que se han divorciados, ambos contestan y salen del lugar (5 y 3 casos respectivamente). Entre las acciones que sólo hacen los que han enviudado, está dejar que suene el móvil (2 casos). Y las acciones que sólo hacen los que se han divorciado está contestar tranquilamente (7 casos).

---

Los ingresos no marcan tendencias desiguales, los presupuestos se reparten por cada acción de manera proporcional, con matices pero no habiendo discriminaciones.

Aquí apareció una variable que tuvo influencias en el tipo de acción en el espacio público, nuevamente procedente del estado civil, y que no había tenido influencia en los cruces anteriores, el divorcio.

Si a los usuarios mayores les importa que la gente que tienen cerca se enteren de su conversación, lo es para 51 usuarios, mientras que para 21 no les importa. Mayormente son mujeres que hombres, 31 y 20 respectivamente. En su mayoría son casados. Por barrios, proporcionalmente a los que viven en el Raval no les preocupa, en los otros barrios sí. Según los ingresos, tienen una representación proporcional entre todos, sin embargo algo que es posible observar es que todos los que tienen los ingresos más bajos, entre 300 y 500 euros/mes, sí les importa que otros escuchen sus conversaciones.

*“...bueno, a veces me ha pasado, he quedado con mi hija y si veo que voy tarde y voy en bus la llamo para decirle que ya llevo, lo uso sólo para ese momento. Pero no me gusta usarlo en el bus, ni en el metro, ni que la gente lo use. Que se enteren de la conversación. Pero para un caso así sí lo uso” (ANA, 73 años).*

Lo cierto es que los mayores participan de distintos contextos de socialización, donde construyen sus vínculos y las relaciones con otros, más allá de la estructura familiar. Aunque no sea algo significativo ni determinante, hay mayores que también entran en la dinámica del exhibicionismo del uso del móvil. No por ser chovinistas ni por presumidos, pero entienden que parte de la valoración hacia ellos depende de su comportamiento en el espacio público, y si éste se mueve en cierta dirección, los mayores también tratan de tomar velocidad y seguir el movimiento.



## DIMENSIÓN IMPLICACIONES DEL USO

Tal como hemos indicado, la mayoría de los usuarios mayores llevan un par de años ocupando el teléfono móvil, por diferentes motivos y dándole distintos usos, ahora nos corresponde observar qué consecuencias ha traído para ellos incorporar este dispositivo tecnológico en sus rutinas. En líneas generales, los efectos que ha traído su uso concuerdan con el discurso de la comunicación móvil, estar "siempre on", y poder comunicarse desde cualquier lugar, sin embargo, hay una mayor asociación positiva con la idea de estar siempre contactado, ahí recae el mayor valor en cuanto a su impacto en la vida cotidiana.

"...para mí es muy útil, porque me permite estar siempre en contacto con mi familia..." (CARMEN, 75 años)

*"...yo viajo mucho (con su esposa) y, cuando viajo, siempre lo llevo encima...bueno, todos los días...en que pareciera que se notara más cuando uno está fuera de casa...y bueno, me permite es estar siempre localizable para mi familia (cuando viaja)...para mí es muy importante estar comunicado..." (RAFAEL, 72 años).*

*"...Es poder estar en continuo contacto con mis hijos.... Hoy día el móvil es ya necesario, como por ejemplo, el ordenador. Llega un momento que hay que ponerse y aprender o usarlo, no más alternativa" (MANUEL, 78 años).*

La percepción mayoritaria apunta a que hoy les permite estar "siempre contactado", de los 72 usuarios, 62 de ellos así lo consideran, mientras que 3 opinan que siguen igual que siempre, que no ha influenciado; otros 7 dicen que sí, pero que no ha sido tanto. Mayormente son mujeres las que afirman esta nueva posibilidad, no hay ninguna mujer que opine que sigue igual que antes o que haya influenciado muy poco. Lo mismo ocurre en el caso de los que han enviudado, todos ellos afirman que le ha impactado mucho en la

posibilidad de estar siempre disponible. En su mayoría piensan igual quienes están casados, pero dentro de ellos también hay quienes piensan que siguen igual que siempre o que sólo le ha impactado en algo.

En cuanto a los ingresos, es posible observar que todos aquellos que reciben menos ingresos consideran que el uso del móvil les ha permitido estar siempre en contacto como nunca antes, en cambio, los que ingresan más de 1000 euros al mes consideran que solo en algo ha mejorado y que su situación no se ha visto influenciada.

**70. ¿Le permite estar siempre conectado?**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Aspectos mejorados: Le permite estar siempre conectado	no influye	3	0	
		mucho	26	36	62
		algo	7	0	7
		Total	36	36	72
No usuario	Aspectos mejorados: Le permite estar siempre conectado	no influye	1	4	5
		mucho	5	7	12
		algo	3	4	7
		poco	1	5	6
		Total	10	20	30

*“Sí, yo al principio dejaba el teléfono en casa. Me llamaban y yo no me enteraba. Mi hijo me decía que el móvil no es para que esté en casa, lo tienes que llevar siempre contigo. Cuando salíamos de casa me preguntaba por las llaves y el móvil. Mi hijo me decía “encajar esa costumbre a una persona de 60 años es difícil”. Yo sospechaba que se molestaba y para evitar problemas lo cogía como compromiso...” (NURIA, 73 años)*

La misma valoración tienen frente a la situación de que hoy el móvil les permite estar “comunicados desde cualquier lugar”. Las únicas diferencias, con respecto a la posibilidad de estar siempre en contacto, son sutiles y se ven en que levemente son más los hombres los que consideran que su impacto ha sido fundamental. Las mujeres también lo valoran así, lo único que entre ellas

hay algunas que piensan que sólo ha impactado en algo. Entre los que han enviudado ninguno cree que no haya influenciado, pero también algunos piensan que su impacto ha sido solo en “algo”. Aquí por ejemplo, los menores ingresos se reparten entre quienes consideran que este aspecto ha sido “muy” y en “algo” mejorado; los que reciben más ingresos se reparten entre quienes consideran que este aspecto sigue igual que siempre o que ha mejorado en algo. Los únicos donde todos consideran que este aspecto ha sido muy mejorado son aquellos que reciben entre 700 y 1000 euros al mes.

**71. ¿Le permite comunicarse desde cualquier lugar? Estado civil Casado**

Categoría Usuario			casado		Total
			si	no	si
Usuario	Aspectos mejorados: Le permite comunicarse desde cualquier lugar	no influye	3	0	3
		mucho	40	22	62
		algo	2	5	7
	Total		45	27	72
			100.0%	100.0%	100.0%
No usuario	Aspectos mejorados: Le permite comunicarse desde cualquier lugar	no influye	3	0	3
		mucho	6	4	10
		algo	6	6	12
		poco	3	0	3
		nada	2	0	2
	Total		20	10	30
			100.0%	100.0%	100.0%

*“...Si, sí. Yo encuentro que eso del teléfono es una cosa mejor que la de casa, porque vas por la calle y quedo con mis hijas. Pues mira yo ahora bajaré, si quieres irte te vas, pero ya te llamo. Es estupendo...” (ANA, 73 años).*

*“...mi teléfono siempre está abierto...mis hijos suelen llamarme al fijo...pero cuando ando en la calle, yo los llamo...me despreocupo por completo” (RAFAEL, 72 años).*

En algunos ámbitos, de carácter más práctico, como gestionar las actividades del día a día, organizar su agenda o planificar eventos, existen opiniones divididas sobre si realmente el móvil ha tenido una consecuencia crucial.

Por otro lado, frente a la posibilidad que implica poderse “comunicar en cualquier momento”, la valoración es alta, no tanto como los dos anteriores, ya que aquí aparece un número importante de usuarios que afirman que ha mejorado en “algo” y otros sentencian que no ha ayudado en “nada”. En este punto cabe una interpretación interesante. De partida interpretan la posibilidad de “estar siempre en contacto”, “comunicarse desde cualquier lugar” y “comunicarse en cualquier momento” de manera distinta, son tres posibilidades diferentes, no ven a estas tres situaciones como una sola, reconocen la disponibilidad de parte de ellos para estar siempre contactados, como un asunto que depende de ellos; valoran la posibilidad de hacerlo en cualquier espacio, transitar por distintos lugares; pero, el “cualquier momento” es interpretado como la disposición de los otros hacia con ellos, no es del todo expedita la interacción cuando ellos lo requieren, no es en “todo momento” cuando se pueden comunicar con sus hijos, lo es en términos generales, pero existen diferencias.

*“...yo lo que no entiendo es cuando llamo a mi hija a su móvil...y le digo “hola hija...mira te llamo por que”...y me interrumpe y me dice...”mama...ya te llamo, mira que estoy ocupada”...Pero si está tan ocupada por que no apaga el cacharro digo yo....si yo también estoy ocupada...Usted cree que si ella me llama, yo le diría “ay, que estoy ocupada”...claro que no...” (IMMA, 68 años).*

*“...yo diría que ni más libre ni más controlado, simplemente más tranquilo de poder estar comunicado en todo momento con mi hijos” (JOAN, 69 años).*

*“Ni más libre ni más controlada, simplemente comunicada” (ENCARNACION, 72 años).*

Toda esta valoración sólo se puede dar a través de la práctica y de la experiencia del uso. Es precisamente esta cotidianeidad del acto de la interacción es la que puede ser mejorada, en tanto los mayores puedan acceder y desatar en cualquier momento la relación comunicativa. Si

---

observamos todos los aspectos que tienen que ver con la participación de “dos” sujetos, de las relaciones, los mayores reconocen que a través del uso del móvil han podido mejorar ciertos aspectos, pero que el efecto debería ser más intenso, en ese “algo” hay una especie de protesta, que reclama hacia que los otros tengan esa disposición manifiesta que expresan ellos.

*“...siempre cuando me llaman es cortito...en general yo llamo para ver cómo están, qué hacen, cómo les ha ido... para demostrarle cariño. A veces le hago una pérdida cuando llego a casa...para que me llamen al hijo...de otra manera sería difícil que me llamaran para saber como estoy.”*  
(RAFAEL, 72 años).

Así ocurre, por ejemplo, frente a si su uso ha mejorado la relación con la familia, la mayoría piensa que no ha influido, que la gestión de sus relaciones familiares siguen encauzadas por las vías ya acostumbradas, y que la presencia del móvil no ha sido un factor que condicione la forma de relacionarse. Muy pocos creen que el móvil haya ayudado mucho a mejorar las relaciones entre la familia. Estos últimos son sólo 5, son todos hombres, dos viudos y tres casados.

Otros aspectos donde los usuarios consideran que ha mejorado en “algo” ciertos aspectos de sus interacciones sociales está, por ejemplo, en poder comunicarse con los amigos.

Por la línea de la interpretación, hay otros aspectos en que los mayores saben de sus implicaciones, pero no es un efecto esperado, por tanto su valoración es neutra, no en un sentido negativo, sino que por de pronto la prioridad de sus valoraciones van en otra dirección. Para ser más claros, los mayores están comenzando a interpretar que el uso del móvil tiene, además de las funciones que les permiten relacionarse con otras personas, connotaciones mayores, simbólicas, y las están madurando. Por eso, ante la pregunta si el uso del móvil les ha ayudado a tener cierto “reconocimiento social” o si les ha ayudado a “mejorar su calidad de vida”, una leve mayoría dice que no influye, pero la otra mitad piensa que de alguna manera influye, aún no reconocen la

---

dirección que toma esa influencia, pero que poco a poco comienzan a internalizarla para poder interpretarla.

Sumado a lo anterior, también hay aspectos donde no existen opiniones divididas, donde claramente el móvil no ha influenciado, donde ha quedado ausente. Por ejemplo, en lo que se refiere al acceso y disposición de información útil, ni los servicios públicos ni las entidades privadas proveen de contenidos ni de aplicaciones que sean utilizables por parte de los mayores. Ninguno cree que el móvil les haya ayudado a mejorar el acceso a la información.

*"...No, llamo desde casa, ocupo el fijo. Para consultar cosas de la Generalitat prefiero hacerlo desde casa...imagínese con lo que te hacen esperar...voy yo a gastar minutos en el móvil...si tengo que esperar mejor que sea en el fijo..." (ANA, 73 años).*

*"...no, yo no quiero que los servicios públicos me envíen información...me gusta ir personalmente...ve que tengo tiempo...se imagina que todo me llegara a través del móvil...tendría que pensar en hacer otras cosas" (FRANCISCA, 71 años).*

Otro aspecto interesante es si el móvil les ha permitido a los usuarios mayores tener mayor seguridad en su vida diaria. Como vimos en otro apartado, la "seguridad" suele aparecer como el argumento principal para que los mayores accedan al móvil, pero tal como se indicó, este aspecto no está presente como un "motivo" preferencial, veamos si está presente como una consecuencia. Como también mencionamos, los mayores connotan este concepto al de "tranquilidad", esto fue especialmente observable en los grupos de discusión, fueron bastante más contundentes las opiniones que vinculaban la tranquilidad con la movilidad, en contraposición a una mirada que vinculaba a la seguridad con "miedo". La mayoría concordaba que una cosa es ser viejo, pero otro es andar con miedo, y por lo menos la ciudad aún no les da esa sensación.

En la muestra, de los 72 usuarios, 36 consideran que no influye, 22 dicen que “nada”, 7 afirman que en “algo”, 6 dicen que “poco” y “1” dice que ha influido “mucho”. Esto es importante, tanto el discurso institucional como el comercial han construido un imaginario que asocia indivisiblemente la relación persona mayor con seguridad y emergencia. Aquí el tema es el discurso totalizante, ya que no es posible negar que hay personas de más edad que presentan dificultades, y que requieren que las tecnologías les permita reparar en parte ciertas discapacidades. Nadie puede negar el valor que tienen los dispositivos GPS para que las familias sepan por donde transita un enfermo de Alzheimer. Pero otro tema distinto es tratar a todos los mayores como discapacitados, y que todos tengan que tener como prioridad un “cuidado al salir a la calle”. También, es posible interpretar, por lo menos para esta muestra, que el bajo perfil que se le asigna a los temas de “seguridad” viene a ser como un acto de protesta. Dada la particularidad de las personas que participaron voluntariamente en el cuestionario como en las entrevistas, y de lo que pudimos extraer de lo observado, todas ellas son personas activas, que se sienten ciudadanos con derechos, que participan, que no tienen mayores impedimentos físicos, y que tienen conciencia sobre cómo son vistos y que expresan su malestar por esa interpretación tan antojadiza sobre sus vidas, por tanto, el tema de la seguridad no es un asunto que no sea tomado en cuenta, pero es un concepto que se suma a tantos otros que delimitan las posibilidades de acción. De ahí que el tema deba ser entendido según la particularidad de esta muestra, pues puede ser que la seguridad sea un tema más importante en otros contextos y con sujetos con otras particularidades.

*“...Sí, porque si necesitas algo o te pasa cualquier cosa tienes un teléfono en la mano para utilizarlo. Tengo los números de emergencia a mano por si me hicieran falta. Me da ventaja, un poco más de autonomía” (ANA, 73 años).*

Los no-usuarios, por su parte, consideran que por no usar el teléfono móvil les perjudica en ciertos aspectos de su vida, como por ejemplo, especialmente en la imposibilidad de estar contactado en todo momento. Aquí también son los que han enviudado los que perciben que su no-uso perjudica esta posibilidad.

---

Los que menos ingresos obtienen piensan que su no-uso les ha perjudicado mucho.

En el caso de los no-usuarios, mayormente piensan que el no-uso impacta en "algo" la posibilidad de comunicarse desde cualquier lugar, le asignan valor, pero tienden a representar que el impacto por no usarlo es mayor en la imposibilidad de estar siempre contactado. Los que menos ingresos perciben son quienes consideran que su no-uso perjudica en la posibilidad de comunicarse desde cualquier lugar.

Ante la posibilidad de "comunicarse en cualquier momento", la mayoría de los no-usuarios creen que su no-uso perjudica la posibilidad de establecer relaciones con otros.

Entre los no-usuarios, igual que en el caso de los usuarios, la mayoría cree que su no-uso no influye en mejorar o no las relaciones familiares. De hecho, no aparece ninguno de ellos que afirme que la relación familiar se vea afectada por no usar el teléfono móvil. En la relación con los amigos, sucede lo mismo, la mayoría piensa que no influiría ante las relaciones con sus más cercanos.

Otros aspectos donde los no-usuarios perciben que no se ven perjudicados al no llevar el móvil están, por ejemplo, en la mejor organización de las actividades diarias, acceder a información pública necesaria, planificar eventos de largo aliento.

Los temas sobre aquellos que opinan los no-usuarios se construyen absolutamente desde la percepción, de lo creen que se están perdiendo, absolutamente legítimo por lo demás. Una condición para hacer una elección es recrear lo que un objeto pueda llegar a implicar si se procede a su adopción. La diferencia está en la experiencia del uso, es ahí donde las ideas, los objetos, las relaciones, las percepciones se vuelven a resignificar. Por ejemplo, entre quienes no usan el móvil, ante el tema de la seguridad, las dos opiniones que expresan son contrapuestas, unos dicen que no influye, mientras que otros dicen que si usaran el móvil les afectaría positivamente en los temas



---

de seguridad. Estas apreciaciones tan opuestas también se presentan para los casos de contar con cierto reconocimiento social y si su uso ayudaría a mejorar la calidad de vida.

Sin duda que la irrupción en la esfera pública del teléfono móvil ha sido, como ningún otro objeto, un fiel representante del espíritu de nuestros tiempos. Los mayores tratan de aferrarse y desaferrarse, entre lo que ellos quieren y lo que los demás esperan de ellos, una tensión subliminal, en el llano de las relaciones sociales. El móvil sirve para observar esas contradicciones,

Hay ciertos aspectos, en que la mayoría considera que desde que usan el móvil, se han perdido. Entre éstos, por ejemplo, la "intimidad". Son más los que piensan así que aquellos que opinan que no ha influido o que cuentan con más intimidad que antes. Entre quienes sostienen que ahora cuentan con menos intimidad (33 casos), en su mayoría son mujeres casadas con ingresos medios; entre quienes afirman que ahora cuentan con más intimidad (11 casos) son más los hombres casados, con ingresos medios.

*"...ahora todos nos enteramos de todo" (JOAN, 69 años).*

*"...me gustaría que no se preocuparan tanto, que me dejaron un poco ir a mi ritmo..." (ELENA, 66 años).*

También lamentan que "más personas se metan en sus vidas" y que ahora su familia "más los controlan". La mayoría considera que desde que usan el móvil son más las personas que tienen acceso a sus vidas, opinando sobre lo que deben o no deben hacer y que sus familias ejercen más vigilancia. Entre quienes piensan que ahora sus vidas son un libro abierto, son levemente más las mujeres casadas y viudas, desde los que ingresan menos hasta los que reciben más ingresos. Mientras hay sólo 6 usuarios que piensan que ahora hay menos gente que se inmiscuya en sus vidas, entre éstas son más los hombres casados, preferentemente con ingresos medios.

---

*"Al principio no me gustó porque me obligaron a tenerlo y yo me veía como muy controlado. Y, claro, si nunca te han controlado que empiecen a los 60 años tampoco gusta, no? Pero ahora ya forma parte de mí día a día, es más, no salgo sin él y siempre echo la mano al bolsillo a ver si lo llevo. Encuentro que es necesario y a mí me da la tranquilidad de pensar que estoy aquí para lo que necesiten o viceversa. Cada noche lo pongo a cargar ya de una forma automática y por la mañana lo desenchufo y al bolsillo" (JOAN, 69 años).*

*"Creo que ahora estamos más controlados que cuando no había teléfono móvil, pero por ejemplo, ese control es consentido, al menos en mi caso, porque yo elegí tener móvil, me lo compré yo. Yo elijo cuándo lo conecto, cuando lo apago o si contesto en ese momento o no contesto, a mí nadie me obliga a llevarlo encima. Así que es un control consentido y a mí no me pesa. Por otro lado valoro mucho la facilidad y la inmediatez de comunicación que tenemos gracias al móvil" (RAMÓN, 69 años).*

*"Me siento muy controlado con el móvil y no me gusta, pero si no lo tuviera no podría hablar con mis hijas como hablo, así que me aguanto. Prefiero estar controlado, pero poder hablar con ellas más y en cualquier momento que no poder hacerlo por estar más libre. Estaría más libre pero más preocupado o más pendiente de ellas, no? También estoy siempre disponible y eso es gracias al teléfono, porque sin teléfono nadie sabe si estás disponible" (JUAN, 66 años).*

Otra esfera donde el móvil ha tenido un impacto es que a la mayoría les "hace la vida más fácil". Se podría presuponer que incorporar esta tecnología conllevaría más problemas que beneficios, sin embargo, en general los usuarios mayores saben gestionarla y darle sentido, fundamentalmente para cuestiones prácticas. Sólo hay algunos casos, 8 usuarios, que piensan que su uso le ha hecho la vida más difícil, son todas mujeres, en su mayoría divorciadas, con ingresos bajos.

Los usuarios mayores, al igual que el resto de los usuarios, en su mayoría afirman que “no pueden salir sin el móvil”, que está entre los objetos necesarios de portar cuando se sale fuera de casa. Especialmente lo consideran así las mujeres, casadas y viudas, con ingresos medios bajos.

*“...Cuando no lo llevo me falta algo. Armo el bolso por la mañana con el móvil. Si me compro un bolso miro si tiene espacio para el móvil. Es muy útil...” (ANA, viuda, 73 años).*

*“...Ahora es necesario. Cuando salgo de casa me miro la cartera, las llaves y el móvil. Cuando llego a casa lo pongo a cargar y por la mañana me preocupo de llevarlo encima” (AURELIO, 66 años).*

*“El teléfono lo llevo siempre encima, lo veo muy útil. Me gusta tenerlo cargado. Lo tengo siempre encima de la mesa para poder oírlo desde toda la casa o lo llevo en el bolso para cuando salgo, pero no me molesta. Me gusta que me llamen. Me siento como más libre porque sé que me pueden encontrar siempre y así puedo salir y entrar en casa a la hora que yo quiera” (CARMEN, 75 años).*

Hay otros aspectos donde consideran que el uso del móvil no ha influido en nada, por ejemplo, en los contactos cara a cara, en estar más o menos ocupados, en tener más o menos opciones donde elegir; tampoco perciben que les haya favorecido para tener más o menos amigos, ni tampoco ha implicado un cambio en sus estilos de vida ni en tener más esperanzas sobre el futuro.

Se presume que el móvil podría ayudar a depender menos de los demás, pero a la vez podría producir el efecto contrario, mientras más gente tiene acceso a la vida de otros, mayor es la dependencia. En el caso de los usuarios mayores, la mayoría piensa que su relación con los demás es igual que antes de su uso, no dependen ni más ni menos. Entre quienes piensan que si ha implicado depender más de los demás, son levemente más las mujeres viudas, mientras que los hombres casados piensan que dependen menos de los

---

demás. En general, tanto los que reciben menos como los que perciben más ingresos piensan que no ha influido en el tipo de dependencia.

A priori, también, se podría decir que el uso del móvil supondría que los mayores contarán con más apoyo, sin embargo, para la mayoría este aspecto no se ha visto influenciado, se mantiene igual. Hay algunos casos, 12 usuarios, en que su impresión es que ahora cuentan con más apoyo, fundamentalmente entre quienes piensan así son mujeres casadas con ingresos medios.

Tampoco su uso ha tenido como resultado vincularse más a las instituciones y servicios públicos, no es un aspecto que haya contribuido a gestionar mejor su relación con entidades del ayuntamiento o de la Generalitat. Entre los pocos casos, 9 usuarios, que piensan que ahora recurren más a los servicios públicos gracias al uso del móvil, son hombres y mujeres divorciados con ingresos medios.

Este es un asunto que salió en los grupos de discusión, sobre la relación con las instituciones públicas. Por ejemplo, se les consultó si les sería útil que las reparticiones públicas les enviaran periódicamente información médica, de su situación previsional, de eventos en la ciudad. La mayoría fue cautelosa en sus respuestas, hubo cierta reticencia a recibir este tipo de información, más que por su contenido, más bien por cierta desconfianza hacia las instituciones que ellos frecuentan, no necesitan que más gente se meta en sus vidas.

*“No me he planteado recibir ese tipo de mensajes. Yo tengo mucho tiempo libre y me gusta ir a los sitios para ver personalmente esas cosas. Por la mañana hago todas las gestiones pendientes y así por la tarde me puedo dedicar a mis cosas” (GRUPO 2).*

*“No me gustaría recibir mensajes porque yo ya lo tengo todo apuntado. Mi hija es mi agenda. Ella me va diciendo si tengo que ir al médico, o al gestor. Ella es la que siempre se cuida de estos temas. Yo siempre voy con el bolsillo lleno de papeles con notas de cosas que tengo que hacer,*

---

*dónde tengo que ir. Mi hija me dice que eso no es manera, que si pierdo el papel ya no sé dónde tengo que ir, pero yo nunca pierdo estos papeles"* (GRUPO 2).

*"Prefiero llevar yo el control de mis cosas. Y si se olvidan ellos de avisarme? Estoy más tranquilo si yo estoy pendiente. También tengo tiempo para hacerlo, tal vez si no tuviera tiempo no me importaría, pero como que tengo todo el día, pues prefiero hacerlo yo"* (GRUPO 3).

*"Podría ser interesante recibirlos. Aunque a veces también podría empezar a sentirme un poco esclavo de tantas cosas. Pero que te avisen de que tienes una cosa u otra no deja de ser una garantía de fidelidad al trabajo. Así quien te avisa sabe que irás o tiene al menos la seguridad de que recibiste la información"* (GRUPO 4).

*"Por desconfianza e ignorancia de no saber si esa información es susceptible de ser interceptada. Por lo que es mejor no recibirla y no arriesgarse a que otros puedan ver información personal y confidencial"* (GRUPO 4).

*"No, para no tener que estar continuamente pendiente del móvil, no quiero saturaciones, agobios, nada que me estrese y, recibir tantos mensajes podría saturarme el día a día"* (GRUPO 4).

Por su parte, la "autoestima" no ha sido un aspecto influenciado. La mayoría piensa que la impresión de ellos sobre sí mismos no ha sido modificada por el uso del móvil. Hay algunos casos, 11 usuarios, que piensan que sí, que ahora cuentan con más autoestima. Entre éstos son más las mujeres casadas y con ingresos bajos. Asimismo, para la mayoría su uso no ha implicado ser más expresivo que antes de su uso, pero para algunos casos, 19 usuarios, si ha significado mejorar sus aspectos de expresividad. En estos últimos, también son más las mujeres casadas y divorciadas (no hay ninguna mujer viuda), con ingresos medios-bajos. También, no para todos, pero para algunos, 17 usuarios, les ha ayudado para ser más "sociables", especialmente para mujeres

---

casadas y divorciadas (no hay viudas) con ingresos medios-bajos. Para otros casos, 19 usuarios, les ha ayudado para sentirse más cercano a los demás, tanto para hombres y mujeres, especialmente para los que están divorciados y con ingresos medios.

En cuanto a si se sienten más "integrados" desde que usan el móvil, la tendencia es considerar que no ha sido un aspecto que haya sido modificado. Aunque hay un número considerable de casos, 30 usuarios, que piensan que les ha ayudado a mejorar su integración. Así lo es para hombres y mujeres, en iguales proporciones, especialmente para los que están casadas y con ingresos medios.

Si el uso del móvil ha implicado tener mayores o menores limitaciones, la mayoría confirma que no ha influido, que sus limitaciones son las que han tenido desde antes que adoptaran el uso del teléfono móvil, y que el móvil no tiene nada que ver, ni para bien ni para mal. Entre los casos que dicen que desde que usan el móvil presentan menos limitaciones es posible observarlo en hombres casados y divorciados, con ingresos entre 500 y 1000 euros al mes.

A su vez, la mayoría afirma que tampoco desde que usan el móvil le ha significado disponer de más información, que cuentan con la misma que antes de su uso. En los pocos casos en que piensan que sí obtienen más información, 9 usuarios, son hombres casados con ingresos altos; mientras que entre quienes piensan que obtienen menos información, también para 9 usuarios, son más las mujeres casadas con ingresos bajos.

*"...No me gustaría recibir ese tipo de servicios, porque quiero tener esa parte de mi privacidad restringida a extraños...me siento más persona si no recibo todo tipo de cosas a través del móvil...la recepción de publicidad prohibida totalmente" (ELENA, 66 años).*

Frente a si su uso ha implicado tener más o menos confianza, la mayoría piensa que no ha influido en este aspecto. Entre los casos que piensan que ahora tienen más confianza, 15 usuarios, son más los hombres casados con

---

ingresos medios; mientras que en los casos que piensan que desde que lo usan tienen menos confianza, 10 usuarios, son mujeres divorciadas con ingresos medios.

Si su uso ha significado tener más o menos "independencia", la mayoría valora que esta sigue igual que siempre. Aunque empiezan a observarse que hay más casos en que los usuarios consideran que su uso ha repercutido para bien o para mal. Es decir, de los casos que piensan que ahora tienen menos independencia, 20 usuarios, son mayormente mujeres casadas con ingresos medios-bajos. Mientras que los que creen que ahora tienen más independencia, 15 usuarios, son mayoritariamente hombres casados, con ingresos medios-altos.

En cuanto a que si su uso les ha permitido "plantearse nuevos objetivos", la mayoría piensa que no ha influido, pero son altos los casos en que consideran que desde que usan el móvil pueden alcanzar nuevos objetivos. Así, de estos últimos casos, 30 usuarios, la mayoría son mujeres, viudas, casadas y divorciadas, con ingresos medios bajos.

Los no-usuarios en su mayoría ven que el móvil tampoco les implicaría depender más o menos de los demás, su situación con respecto a los demás se mantendría igual que siempre. Entre quienes piensan que si implicaría depender más de los demás, son más los hombres casados que están de acuerdo con esa posible situación. Los que obtienen más y menos ingresos piensan que no influirá en más o menos dependencia.

Al igual que los usuarios, los no-usuarios piensan que el uso del móvil no les traerá ni más ni menos limitaciones, que no dispondrán de más información, ni que repercutiera en tener más o menos confianza.

Ahora bien, en algunos aspectos son más los no-usuarios que piensan que su uso implicará tener menos independencia, menos libertad. Entre ellos reconocen que llegar a usar el móvil no se obtendrá más intimidad, que más personas se meterán en sus vidas y que sus familias los controlarán más.

Piensen que sus contactos cara a cara no se verán afectados, ni para tener más ni para tener menos amigos, lo mismo en estar más o menos ocupados, no obtendrán más o menos opciones de elección.

La visión general de los no-usuarios ante las implicancias del uso del móvil, no son entusiastas, en el sentido que no esperan que éste les repare ciertas condiciones de sus vidas, no le asignan mayores expectativas o que su situación será distinta una vez que lo hayan incorporado. Más bien es escéptica, no le tienen mucha “fe”, no piensan que les ayudará a sentirse más integrados, o que les haga la vida más fácil, o que tendrán más apoyo; o que podrán acceder a más información de los servicios públicos, ni tampoco les hará tener más esperanzas sobre el futuro, ni tampoco en ser más expresivos o sociales o mejorar su autoestima.

## **DIMENSIÓN INTEGRACIÓN SOCIAL**

La mayoría de las personas usuarias de telefonía móvil que participaron de esta investigación consideran que disponen de una buena calidad de vida, lo mismo que aquellos que no tienen y no usan el teléfono móvil.

Esta percepción es proporcionalmente positiva para todas las dimensiones de género, estado civil, barrios, nivel de formación, incluso entre la dimensión ingresos. Tanto los que obtienen menos como los que ingresan más recursos, todos ellos manifiestan que su calidad de vida es óptima.

*“...yo me siento conforme...muy integrada. Me gusta la sociedad en la que vivo...es mucho más abierta, más honesta...no me siento desfasada”  
(CARMEN, 75 años)*

*“..Hay cosas que me gustan y otras que no.... Los tiempos son mejores que antaño porque los jóvenes están más preparados, tienen más valores. Estoy contento con esta sociedad porque ahora se pueden hacer muchas*



---

*cosas. Mi frustración es no haber tenido la oportunidad de estudiar” (RAFAEL, 72 años).*

*“...la verdad que a veces me siento medio integrado, porque hay cosas que a mí se me pasan. Pero tienes que amoldarte a los tiempos que vivimos” (AURELIO, 66 años).*

*“...Ahora estamos menos excluidos, pero la edad pesa mucho. Las condiciones económicas de la gente mayor privan mucho de poder realizar cosas. Aunque el transporte sea gratuito y haya una rebaja en las entradas a los sitios, por poco que sales ya tienes que consumir y eso puede ser en cierta manera una forma de exclusión. De todas maneras, existen muchas actividades a realizar” (ELENA, 66 años).*

*“...me siento insatisfecha porque pienso que podría haber hecho más en la vida. Siempre pienso que hay más por hacer de lo que se hace y eso me hace sentirse insatisfecha, aunque con una buena calidad de vida” (IMMA, 68 años).*

*“...más o menos sí. Creo que sí se está integrado. Creo que se tendrían que mejorar muchas cosas, como por ejemplo un mejor reparto de bienes. Hay gente muy pudiente y otros que lo pasan muy mal y otros sin trabajo. Por lo tanto, no me puede gustar del todo” (JUAN, 66 años).*

Sobre todo, lo que más influye en esta percepción es no tener limitaciones físicas, poder desplazarse de manera independiente es un valor que para ellos simboliza el estar más o menos integrados. Poder participar en organizaciones, dar su opinión, donde no hay discriminaciones entre sus pares, salir y entrar en diferentes espacios, sin tener que pedir ayuda es un elemento vital, que condiciona una serie de posibilidades y de acciones a realizar. Si no se pueden mover difícilmente podrán participar.

---

*"...La edad es una barrera en tanto que las posibilidades físicas sean una barrera...si uno tiene problemas físicos la edad comienza a sentirse. Se nota la edad...mi cuerpo es el que pone las barreras" (ELENA, 66 años).*

Para los usuarios y no usuarios los temas vinculados a la salud son primordiales, de ahí que destinen los mayores porcentajes de sus presupuestos para cubrir estas necesidades, pero en general declaran no tener ningún impedimento físico para usar el móvil en óptimas condiciones. Sólo hay algunos casos, entre 10 y 12 usuarios, que declaran tener ciertos inconvenientes, principalmente son de índole auditivos, motriz (artrosis y reumatismo), problemas de memoria y dificultades de visión.

*"...Me siento bien. Lo tengo ya casi todo hecho y gozo de buena salud. Por suerte, mis hijos y mis nietos también están bien y tienen bien encaminado su futuro...pero la salud es lo principal" (MIGUEL, 76 años).*

Reconocen que contar con más ingresos les facilitaría la vida, no llegarían tan ajustados a fin de mes, pero los estereotipos que pesan sobre ellos no variarían con tener más o menos dinero. Pero, moverse con sus propios medios, practicar actividades, instruirse en nuevas materias, interesarse por adquirir nuevos conocimientos, si que les permite esquivar las visiones sesgadas que recaen sobre sus estilos de vida.

La autonomía del movimiento aparece como el facilitador, y el teléfono móvil ha aportado su cuota en la posibilidad de sostener ciertas trayectorias sin perder el contacto con los demás. Su valor hacia el teléfono móvil también va en esa dirección, si se pueden desplazar, todo lo que los pueda acompañar será bienvenido.

Desde que usan el móvil proyectan una imagen, que no necesariamente haya implicado mejorar o empeorar con la que ya contaban, pero no pasa inadvertida. Tampoco ha implicado que los vean menos viejos, o que les presten mayor atención o que hayan disminuido los prejuicios o estereotipos; o que se sientan con cierto prestigio sobre otros mayores que no son usuarios,

pero si observan que existe cierto reconocimiento, y que el uso del móvil no ha redundado en profundizar alguna situación de discriminación. Desde que llevan el móvil se sienten menos desconectadas, y los demás también lo ven así, como también, quizás donde más ha influido, es que ya nadie los ve reticentes a incorporar las nuevas tecnologías a sus vidas.

**72. Desde que usa el móvil han disminuido los prejuicios sobre su edad**

Categoría Usuario			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
Usuario	Han disminuido los prejuicios sobre mi edad desde que uso móvil?	igual	25	26	51
		no	11	8	19
		si	0	2	2
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

*“...cuando voy en el autobús y contesto el móvil, más de alguno pensará “mira la vieja también usa teléfono...como si fuese algo extraordinario...para mí no lo es...pero los demás se sorprenden...como si fuese un bicho raro...”(FRANCISCA, 71 años)*

*“...siempre voy a las conferencias que dan por las tardes en el Ateneo...lo ubica, ese que está en la calle Canuda...y el otro día no apague el móvil...en plena conferencia me comenzó a sonar...y todos miraban a unos chavales que están a mi lado...cuando se enteraron que yo era...ay, todos pusieron una cara de sorpresa...” (GEMMA, 66 años).*

*“...agradezco tener mis dos piernas buenas...toco madera...tengo mis problemas de colesterol, de la tensión alta, cada vez me pongo más ciego...pero me puedo valer por mi mismo...de lo contrario sería inaguantable ser viejo y estar empotrado en una cama...pedir ayuda hasta para ir al baño...” (MANUEL 78 años).*

Donde si creen que ha habido un efecto positivo en su proceso de integración es en ellos mismos, a través del uso han podido comprender ciertas cosas de la sociedad actual y entender que el uso de las nuevas tecnologías no es algo

que sea propio de los más jóvenes, que ellos pueden usarlas y sacarle provecho, y en eso están.

**73. Cómo creen que lo ven desde que usa el móvil**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	Me ven más proclive al uso de nuevas tecnologías desde que uso móvil?	igual	6	10	16
		no	1	5	6
		si	29	21	50
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

*"...Creo que no estamos tan excluidos. El que está excluido es porque él mismo no se ha integrado, porque hay muchas cosas para hacer. Creo que siempre tendré cosas por hacer, aunque se termine mi vida, no habré hecho todo lo que podría hacer. No todo el mundo tiene las mismas ganas ni la misma capacidad para realizar cosas...pero es verdad no todo el mundo tiene las oportunidades que tengo yo...es cierto, hay gente que está excluida no porque quieran..." (JOAN, 69 años).*

*"...yo el futuro lo veo mal para la gente joven, no para mí, porque yo tengo una vida hecha...pero hoy no hay una estabilidad económica ni laboral para poder tener grandes proyectos..." (AURELIO, 66 años).*

**74. Desde que usa el móvil le ha permitido comprender cosas de la sociedad actual**

Categoría Usuario		Sexo		Total	
		Masculino	Femenino		
Usuario	He comprendido cosas de la sociedad actual desde que uso móvil?	igual	4	6	10
		no	1	5	6
		si	31	25	56
	Total		36	36	72
			100.0%	100.0%	100.0%

En el caso de los no-usuarios, tampoco le asignan al uso del teléfono móvil una función reparadora del proceso de integración, pero le conceden ser un instrumento que facilita vehiculizar su presencia en una atmósfera donde hoy se resuelve la mayoría de los aspectos de la vida diaria. La marginalidad es un

---

tema cotidiano, como lo es su ocultamiento. Los mayores no harán mucho por descubrirse ante los demás como seres necesitados, porque conseguirían el efecto contrario, no se les facilitaría la vida si el mundo supiese lo excluidos que pueden llegar a estar. Si el móvil les puede ayudar a comunicarse y además funciona como símbolo de inclusión, lo adoptarán y no repararán en dudas.

---

## CONCLUSIONES

---

### **La sociedad de la comunicación personal**

Esta investigación proporciona un detallado y complejo marco para comprender la "sociedad de la comunicación personal". Como nunca antes, una sociedad que se presenta abierta, con la oportunidad de interactuar, con muchos, pero sin compromisos profundos. La persona como objeto de la comunicación, el sentido personal del tiempo y del espacio, expresados en un individualismo en la red móvil de comunicación.

La comunicación móvil proporciona una singularidad al espacio social, en la que el teléfono móvil se erige en un referente cultural, presente en los contextos cotidianos, trayendo consigo una serie de implicaciones y consecuencias sociales a propósito de su uso.

El teléfono es un icono de la sociedad de la comunicación personal, un bien cultural, símbolo global, representa el flujo continuo a la accesibilidad a los demás.

El teléfono móvil, como artefacto cultural, sintetiza el espíritu de nuestra época, siendo un instrumento, que al interrogarlo y seguir su biografía, nos ha permitido comprender cómo la tecnología móvil afecta y refleja el mundo social.

El teléfono móvil es un instrumento tecnológico incrustado en la cotidianeidad de las personas, creando un "sujeto", objeto más sujeto, unas "movilsonas", teléfono móvil+persona, como consecuencia de la posibilidad de un contacto permanente, de ampliar y extender los escenarios potenciales de comunicación e interacción, expresados en fluidos escenarios de movilidad. Provocando una continua acción compartida entre sujeto y objeto, creando una nueva formación y transformación mutua y con prácticas y en contextos multisituados.

---

### **Por una nueva mirada a y desde las personas mayores**

Si la telefonía móvil no ha tenido un papel relevante en el gran discurso de la sociedad de la información, menos lo han tenido las personas mayores, esta investigación trata de conjugar ambas presencias e instalarlas al medio de la dinámica del espacio social.

En España, Cataluña y en Barcelona, cada vez aumenta el número de usuarios de la telefonía móvil mayor de sesenta y cinco años, tendencia que tenderá a acrecentarse.

Los argumentos presentados y la evidencia relevada en esta investigación exigen una nueva aproximación hacia las personas mayores y la relación que establecen con las nuevas tecnologías, especialmente con la tecnología móvil. Ya no es posible observarlas como lo solíamos hacer hace treinta años; si la sociedad ha cambiado, ellas también.

Las personas mayores a través del uso del teléfono móvil dan un giro a esa interpretación que los instala fuera del mundo de las nuevas tecnologías.

La visión que las personas mayores tienen sobre las nuevas tecnologías no está ausente de ciertas desconfianzas, fundamentalmente porque aún no las ven insertas del todo en sus dinámicas cotidianas. Aún perciben que el esfuerzo es demasiado alto en comparación con los posibles beneficios que puedan obtener en el uso de las tecnologías, especialmente con Internet o con el propio PC.

La ecuación entre vejez y nuevas tecnologías presenta demasiadas incógnitas, no es posible identificar un único comportamiento o una sola motivación o una sola satisfacción, por más que se quiera homogenizar a las personas mayores, cada uno representa un mundo en sí mismo.

Los mayores se acercan al imaginario de la comunicación móvil. Cada vez son más quienes consideran el uso de los dispositivos móviles como algo importante para su vida diaria, como una oportunidad para el intercambio

---

comunicativo y como instrumento de integración en el contexto de la sociedad actual.

La adopción de la telefonía móvil por parte de las personas mayores es más compleja que la de otro cualquier tipo de usuario, ya que deben superar todo tipo de prejuicios y estereotipos que recaen sobre ellos, pasando por imposiciones furtivas de hijos y parientes que persiguen su propia tranquilidad y control, hasta la admiración y fascinación que desata formas individuales creativas de su uso.

Independiente de cómo haya sido su proceso de adopción, la mayoría de los usuarios mayores asumen la oferta de mantenerse en contacto, asignándole un papel relevante en las relaciones interpersonales y a la participación que puedan tener en el espacio de la comunicación móvil.

La edad no es un condicionante que determine a priori el tipo de uso de la telefonía móvil ni el tamaño de su red de contactos.

### **Gregarios móviles**

El uso del teléfono móvil puede estar en función de los objetivos de los demás, y no para cubrir las necesidades personales de los mayores. Cuando se trata de una herramienta que mitiga la ansiedad de los hijos y de las personas cercanas, y no parte de sus vidas. Las personas mayores pueden llegar a adoptar esta tecnología móvil no como respuesta a sus necesidades comunicativas y de relación, sino que a razón de los objetivos de los miembros de su red más próxima, fundamentalmente representada por su familia.

El usuario mayor puede convertirse en un "Gregario móvil", es decir aquel que se siente responsable de la suerte de los demás y su deber es someterse a las propuestas y objetivos de otros, adoptando el uso del teléfono a propósito de las ideas e iniciativas ajenas.



---

### **Los papeles se invierten**

¿Dónde estás? “quería saber donde estabas, que es tarde”. En la vejez los hijos persiguen que sus padres estén disponibles y visibles para saciar sus angustias. Ahora son los hijos los que controlan a sus padres. Son ellos quienes motivan a los mayores para que adquieran un teléfono móvil. Tienen menos tensión cuando saben instantáneamente dónde están y cómo se encuentran sus padres.

### **Consumo sin uso**

Los hijos suelen imponer la adopción del móvil a sus padres mayores, sin que previamente haya una negociación. Los argumentos que prevalecen son para que lo lleven consigo por “si pasa algo”, “para saber donde ubicarlos en caso de urgencias o emergencias”. Los hijos son los “guardianes”, preocupados por la seguridad y el control.

Algunos usuarios mayores no se sienten con la libertad de apagar o no llevar consigo el teléfono móvil, ya que esto implicaría la molestia de su familia, especialmente para sus hijos, quienes le exigen que lo porten permanentemente, aunque no lo usen, pero que lo mantengan encendido.

### **Una dependencia localizable**

¿Dónde estás? como interrogante de “vigilancia”. Para muchos mayores el móvil opera como un GPS, como una contraseña de localización, que abre la puerta del contacto a distancia. En este único lugar podrá ser encontrado.

Un dispositivo que aparece como un objeto liberador, en muchos casos en vez de potenciar la autonomía y la independencia, crea más dependencia. La mayoría de los mayores sienten que con el móvil pierden intimidad, y que son más los que tienen la puerta abierta para meterse en sus vidas. Los mayores conocen del riesgo que implica la dependencia, por lo tanto, tratarán de evitar que sean ellos quienes generen una sumisión a través de los usos del dispositivo móvil.

---

La necesidad de monitorear a las personas mayores, además del control y la vigilancia, es una oportunidad para que su red más próxima se sienta con cierta libertad para disponer del tiempo y los horarios de los usuarios mayores.

Para muchos mayores que usan el móvil, estar disponible se ha transformado en un deber ser, en una obligación, tanto voluntaria como involuntariamente, pero fundamentalmente prima la necesidad de estar *ubicables*, *por si los demás necesitan algo*.

### **Red de contactos**

Las personas mayores reconocen las ventajas y desventajas de estar próximos a su familia, saben los tipos de intercambios que pueden o deben generar con cada miembro de su círculo inmediato, conocen el margen de maniobra que disponen con cada interlocutor, como si existiesen acuerdos preestablecidos a partir de las funciones que cada uno desempeña.

El uso del teléfono móvil opera como la posibilidad de recrear un contacto latente, en permanente suspensión, el teléfono abierto, para mantenerse vigentes, es la idea que ellos tienen de "utilidad", de seguir siendo necesarios para sus cercanos, de estar "presentes" en la vida de los demás y de seguir cobijando una versión de ellos ante los demás.

No hay duda de que hay una exteriorización del hogar en el espacio público, las funciones no tienen un único lugar donde ejercerse, al salir a la calle el usuario mayor debe llevarse con él toda la gama de roles que representa, su red de contacto puede exigir hablar con el abuelo, hablar con el papá comprensivo, con el padre intransigente, con el marido campechano o el solucionador de problemas.

Las personas mayores manifiestan su voluntad por "mantener" cierta intensidad de contacto con sus círculos más próximos. Es decir, más que construir nuevas relaciones, sus prioridades de comunicaciones son de proximidad, de una posibilidad para ellos, de estar más cerca de los "suyos".

---

El valor es estar co-presente, co-ubicado y co-palpándose, la gratificación no es sólo por el compartir la proximidad del mismo territorio, o del mismo espacio, sino que además su deseo es estar lo más próximo posible, tocándose, sintiendo aún ese rol protector, sobretodo en las mujeres, que hasta que no se diga lo contrario, seguirán cumpliendo el papel catalizador de las relaciones familiares.

El teléfono móvil no es un elemento vital para sentirse integrado entre sus pares, no se juegan la inclusión del grupo, ni corren riesgo de experimentar el ostracismo. No sienten la obligación de presentar su móvil a los demás usuarios mayores, fundamentalmente porque no está en juego la aceptación o el rechazo de ese vínculo entre la comunidad de iguales. Sin embargo, esa experiencia varía cuando se está con grupos generacionales distintos, donde la vinculación se juega en las posibilidades de mantener ciertos tipos de intercambios.

En general, los usuarios mayores, a través de la comunicación móvil, no ponen en juego sus relaciones sociales, por muy amplias o reducidas que sean sus redes de contactos.

Los números almacenados en su teléfono móvil representan su círculo más estrecho y próximo de vínculos, con las cuales interactúan de manera rutinaria y reiterativa. Son breves, pero emocionalmente comprometidos por parte de ellos.

Su listín telefónico es descendente, mujer, marido, hijos, yernos, nueras y nietos, quienes copan la intensidad y amplitud de su uso, restando o sumando posibilidades, desatando o limitando sus capacidades, con los cuales sus necesidades y deseos individuales estarán en tensión con los requerimientos que puedan llegar a establecer en el propio intercambio comunicativo.

Las personas mayores y el tipo de intercambio comunicativo móvil que realizan entre su red de contactos, se presenta en distintas posiciones según quien sea su interlocutor, hijos, nietos, hermanos y amigos, y dependiendo de dichos

---

perfiles se presenta en distintos grados de subordinación, reciprocidad y autoridad.

La mayor molestia que expresan los usuarios mayores es la falta de reciprocidad, pero no adoptan ninguna postura hostil contra aquellos que no están dispuestos a interactuar en las mismas condiciones.

Como esta investigación ha relevado, una de las dificultades operacionales de los mayores es "guardar" números en el directorio del móvil. En un porcentaje importante, son sus hijos o cercanos quienes le incorporan aquellos números que se consideran imprescindibles. Por lo tanto, su agenda no representa toda la red de contactos disponible.

Es a través de la familia donde obtienen los mayores incentivos par adoptar la telefonía móvil, más que la experiencia previa de haber usado otras tecnologías.

Las personas mayores tienen mayor conciencia sobre el papel que desempeñan en su red de contactos y las repercusiones de sus acciones en el engranaje final.

### **No existe una cultura móvil de las personas mayores**

No es posible hablar de una "cultura del móvil" entre las personas mayores, fundamentalmente porque su identidad no se juega en el grupo, como en el caso de los adolescentes; y porque el teléfono móvil es fundamentalmente usado para establecer comunicación con otras generaciones. Entre ellos prefieren las vías tradicionales del cara a cara y de la telefonía fija.

No ven al móvil como un medio social colectivo, sino como un Terminal de comunicación personal y privado.

A diferencia de lo que ocurre con otras generaciones, el usuario mayor co-participa y co-experimenta con sujetos de otras generaciones, agregándole mayor presión al tipo de uso ideal, de ahí que puede haber mayor frustración

---

porque debe seguir el ritmo de usuarios supuestamente más avezados que ellos. Los usuarios mayores no entran en igualdad de condiciones en el circuito de la comunicación móvil.

La dependencia hacia el teléfono móvil no es aún un problema para los usuarios mayores, no existen esos lazos tan indispensables que se evidencian entre otras generaciones, pero si es latente el acostumbramiento que experimenta su red más próxima, dando por sentado que el usuario mayor estará en permanente contacto.

### **Contactar no es igual a conectar e integrar**

El uso del teléfono móvil confirma la vigencia de las diferencias y las desigualdades en la participación y en la integración de las personas mayores. Su uso ha podido reparar la frecuencia de los contactos, e incluso atenuar la desigual posición de los mayores en el espacio comunicativo, pero no ha podido instalar en los demás la motivación por una integración comunicacional plena. Es decir, no es lo mismo accesibilidad que comunicación; no es igual contactar que conectar e integrar.

Las personas mayores a través del móvil han aumentado el volumen de sus comunicaciones, la mayoría están "contactados", para estar ubicables, disponibles. Sin embargo, con todas las implicaciones inclusivas que conlleva lo anterior, no han mejorado la calidad de la comunicación, su uso no ha implicado mayor compromiso intergeneracional. Estar conectados supone sostener implicaciones más expresivas; es buscar y encontrar réplicas afectivas, es desatar los vínculos a su máxima intensidad, es reciprocidad, afinidad, donde la llamada no sea un problema. Así, estar integrados es participar en igualdad de condiciones en el proceso comunicativo, es el reconocimiento mutuo, es la cooperación de manera horizontal.

Para estar en contacto el teléfono móvil va bien, pero para estar conectado e integrado depende de las personas, de las solidaridades, del respeto y de las emociones, y en este aspecto sigue habiendo desequilibrios. La voluntad hacia los mayores y de los demás por incluirlos en el proceso comunicativo es

---

un asunto pendiente. La variedad, la amplitud y la intensidad del uso del que puedan hacer del móvil dará cuenta que tan “contactados”, “conectados” o “integrados” están.

### **Sedentarismo móvil**

Los usuarios mayores prefieren usar el teléfono móvil desde sus casas, siendo en este espacio privado donde se encuentran más cómodos.

Los usuarios mayores tienden a recorrer cortas distancias y en trayectos repetitivos, fundamentalmente muy apegados al contorno de sus barrios, gráficamente puede ser ejemplificado en un movimiento de rotación más que en uno de traslación.

El tipo de movimiento que pueden practicar está sujeto a problemas más estructurales, como es la disposición de recursos suficientes para poder practicar otros tipos de desplazamientos.

La trayectoria de movilidad, que trazan los usuarios mayores en el espacio social, tiene una diferencia con el que puedan trazar otros usuarios de generaciones más jóvenes, ya que el tipo de desplazamiento que practican los mayores no es motivo ni consecuencia del mundo laboral o de la búsqueda de recursos y de ingresos. Este factor es el que mueve de un punto a otro a la gran mayoría de la población, por lo tanto, los jubilados trazan y se distribuyen con otra disposición en el espacio, porque los propósitos de sus movimientos buscan otras satisfacciones.

Además, el tipo de dirección que adopten sus trayectorias también dependerá de su capacidad física. No contar con impedimentos que les imposibilite el movimiento es considerado como un factor esencial en su autonomía e independencia, lo que influye además en su valoración personal, y en su autoestima.

Para las personas mayores, el barrio es el lugar que les proporciona un sentido de comunidad, la producción social de la identidad y la pertenencia, la

---

afiliación al territorio, donde se tejen y cruzan la mayoría de sus trayectorias, siendo la base de sus relaciones sociales.

La movilidad no es un asunto que pueda definirse ni resolverse por sí mismo, ni únicamente a través del uso del teléfono móvil, está sujeto a la pluri-configuración de los espacios, de la complejidad de las relaciones, de la fluidez de las circunstancias y de los modos de ser y de habitar como sujetos insertos en una cotidianidad que se mueve por los trayectos que impone y construye la sociedad.

Su uso les ha permitido cruzar ciertas barreras simbólicas que los recluían a un lugar determinado, pero independiente del tipo de trayectorias, su imagen es perfectamente compatible con el ideal de la movilidad.

#### **Evitar la ceremonia del adiós**

El uso del móvil y la proximidad. Es una forma de evitar la ceremonia del adiós, opera como la visualización de su existencia, como un vínculo que escenifica su presencia, que están al día, que entienden lo que pasa actualmente y que tienen una orientación de futuro, una forma de situarse, de estar en un lugar, saber que se está en él, operando como una forma de romper las posibilidades del aislamiento y la soledad en el tiempo y en el espacio.

#### **Usos condicionados**

Los tipos de usos que realizan las personas mayores son prácticos y expresivos. Sin embargo, el tipo de uso dependerá del margen de posibilidades que les permitan sus interlocutores en la interacción comunicativa móvil.

Los usuarios mayores persiguen una comunicación con "contenido", si sienten que no tienen "nada que decir" obviarán establecer contacto, pero al contrario, si se trata de los demás hacia con ellos, no les importa que sus cercanos los llamen aunque no "haya mucho que decir".

Los usuarios mayores suelen gestionar con menos incertidumbre sus rutinas. Además de la falta de sorpresa en sus actividades diarias, el acceso que otros

---

tienen a ellos a través del móvil puede hacer variar la planificación, pero no de forma dramática.

### **La desigualdad de comunicarse en cualquier momento**

Esta investigación nos indica que para los mayores no es lo mismo “comunicarse en cualquier momento” que hacerlo desde “cualquier lugar”. Ante el momento de ponerse en contacto con otro, tienen especial cuidado, evitan que su llamada pueda provocar una interrupción a su interlocutor. Antes de teclear el móvil, se imaginan la situación física del destinatario, y cuando tienen, más o menos, certeza que el otro se encontrará en una situación que le permite el acceso, harán la llamada. De ahí que ese “en cualquier momento” no opera en las mismas condiciones para ellos, siendo un elemento que limita los modos de interactuar.

### **Tranquilidad por seguridad**

El tal abrumador discurso de la seguridad no es casual, la inspiración del miedo es resultado de un tipo de convivencia social pactada, que mueve los intereses económicos y políticos, hacia una forma de mantener el orden, que gestiona la espontaneidad y las incertidumbres, de anticipar los tipos de trayectorias posibles, que condicionan la movilidad y las actividades rutinarias. La invitación es por moverse en los espacios con “cobertura”, ahí se está a salvo, mientras que los espacios “sin cobertura” cobijan la incertidumbre y los riesgos.

Los usuarios mayores, tanto en los motivos como en las consecuencias del uso del móvil, descartan que los temas de seguridad sean los principales argumentos, prefieren cambiar el concepto por el de “tranquilidad”.

### **No hay infrutilización en los usos**

Por otra parte, al contrario de lo que se supone, los mayores que llevan un tiempo como usuarios, hacen un uso eficiente de la telefonía móvil. Como lo podría hacer cualquier otro usuario, controlan el gasto, lo ajustan a su presupuesto, lo usan para satisfacer sus necesidades, no se extralimitan, mantienen su cuidado. Hay un cierto cálculo racional que compara el valor



---

de uso de la tecnología y el esfuerzo, o costo que exige su adopción y posterior utilización.

Esta investigación no arrojó elementos que pudieran interpretar su uso como "deficiente". Por el contrario, es manifiesto que los usuarios mayores están lejos de realizar una infrutilización del teléfono móvil. No es problemas de ellos que el móvil contenga una abrumadora cantidad de funciones que no necesitan, pero no por ello se debe descalificar el tipo de uso que realizan, si lo necesitan para realizar o recibir llamadas de voz, ese será el tipo de uso que emplearán. En la medida que las aplicaciones coincidan con sus necesidades, éstas irán siendo adoptadas.

Los usos que hacen del móvil no son para aliviar el aburrimiento, o como una forma de matar el tiempo, ni tampoco se plantean reducir las actividades que son capaces de realizar a propósito de llevar o no el móvil consigo.

El que definitivamente salió de sus rutinas fue el uso del teléfono público. Mientras, que por otra parte, el teléfono fijo sigue siendo interpretado dentro de los servicios básicos, ocupando un lugar importante en sus estrategias comunicacionales, como también representa una mayor destinación presupuestaria. Además, el teléfono fijo, en general, presenta un uso con fines más expresivos y de hipercoordinación.

La esfera técnica no es una dimensión imposible de sortear para los usuarios mayores, no buscan que se les infantilice a través de dispositivos especiales, no buscan un trato diferente, porque en este tipo de diferencias recaen las discriminaciones.

### **El teléfono móvil como símbolo inclusivo**

El teléfono móvil opera en el campo simbólico, no sólo es percibido como una tecnología para hacer de ella un uso determinado, sino que reviste el "modo" y la "manera" que tienen hoy de organizarse, conectarse y comunicarse miles de personas, y no participar de aquello implica asumir las consecuencias de

---

quedar al margen de la vía donde transita el grueso de la vida de los ciudadanos.

Un ámbito que ha impactado positivamente desde que usan el móvil es que les ha permitido comprender ciertas cosas de la sociedad de hoy, permitiendo con ello ajustarse, en la medida de lo posible, a las nuevas exigencias que impone la vida moderna.

Los mayores perciben que el uso del teléfono móvil cada vez los sitúa más cerca del mundo digital, aunque a pesar de los esfuerzos individuales sigue la tendencia a no incluirlos a ciertos tipos de mediación de la tecnología en la sociedad.

### **La “apariencia móvil”.**

Los mayores, no en un primer momento ni tampoco como un acto consciente, crean sus propias estrategias vinculantes con el objeto material, en tanto producto cultural y portador simbólico de prestigio y modernidad, para aparecer ante el resto como un sujeto vigente y actualizado. De ahí que muchos lo incluyan en sus rutinas, porque opera como un objeto incluyente, como una declaración que están habilitados para participar de la vida social que se gesta en este horizonte global de la cultura del consumo.

La apariencia móvil dejó de fingirse, es asumida con todos los ribetes que implica la exposición del sujeto y del objeto en el espacio público.

### **Una metodología en movimiento**

Esta investigación plantea la necesidad de construir, más que un rígido marco metodológico, una estrategia, pues las características del objeto de estudio obligaba a plantearse la forma de seguir trayectorias, cuando todos están en movimiento, teléfonos, usuarios y observador. Además, esto implicó entender que el trabajo etnográfico no se resuelve con permanecer más tiempo en un lugar, sino que en descifrar las claves de los desplazamientos, las traducciones, los recorridos y las yuxtaposiciones.

---

La complejidad y dinamismo de la comunicación móvil como objeto de estudio, significa que no tan sólo se mueven los dispositivos, sino que también adquieren movimiento nuestras apreciaciones conceptuales y con ello el mapa de relaciones que se van construyendo entre tecnología, sujetos y espacio social, como también, dinámico es el proceso de negociación de los significados.

Además, la incursión de los NO usuarios en la investigación, implica que tanto, los usos y los no-usos influyen y son influenciados por las tecnologías, ya que la tecnología es un producto social. Reconocemos en ambos su capacidad de negociación para dar forma, sentido y significado al lugar que ocupa el móvil en el espacio social y en la propia vida de los sujetos.

Los resultados de esta investigación invitan a pensar que es imposible aproximarse a las personas mayores como un colectivo homogéneo e inalterable. Cada sujeto es un mundo, y cada variable influye de manera distinta. Podríamos haber supuesto que las variables estructurales tendrían el mismo efecto para todos, y que a priori podrían condicionar ciertos tipos de usos. Sin embargo, el grueso de las distinciones que se presentaron fueron a propósito de las diferencias de género, estado civil e ingresos, mientras que menos incidencia presentaron las variables relacionadas con el nivel de formación y educación, lugar de residencia y de edad. Así por ejemplo:

#### **Algunas diferencias por género:**

Los hombres realizan cerca de 10 llamadas y reciben 15 llamadas a la semana, mucho menos que las que realizan las mujeres.

Los hombres son quienes más problemas presentan ante el diseño del teléfono móvil, son quienes más reclaman por el tamaño de las teclas y de la dimensión de la pantalla. También, son quienes más problemas dicen tener con el envío y recepción de SMS.

Los hombres adquieren el teléfono móvil como una decisión de compra individual, mucho más que en el caso de las mujeres.

---

Los usuarios hombres están más preocupados por los temas de seguridad y por la soledad que las usuarias mujeres.

Por su parte, las mujeres realizan cerca de 26 llamadas y reciben 36 llamadas a la semana. También, son quienes mejor manejan los SMS, envían entre 3 y 4 y reciben unos 8 mensajes a la semana.

Los principales usos de las mujeres son instrumentales, para coordinar, para avisar que llegan tarde, para organizar actividades diarias, para planificar eventos y para entregar información puntual. También, son ellas quienes más lo usan con fines expresivos, para saber cómo están familiares y amigos, y para mostrar preocupación por los demás.

Las mujeres llevan más tiempo usando el móvil que los hombres y han tenido más Terminales que los varones.

Las mujeres mayores son más activas en el uso de otras tecnologías que los hombres, como Internet, uso del email y del PC.

Las mujeres mayores prefieren teléfonos móviles más modernos y con algún tipo de accesorios. Mientras que los hombres no buscan modelos o características determinadas.

#### **Algunas diferencias según el estado civil:**

Los viudos y divorciados llaman y reciben más llamadas que los casados. Asimismo, los usos son más instrumentales que los que realizan los casados. Los que han enviudado se comunican más con personas que no forman parte de su familia.

Los viudos viven solos, llevan más tiempo usando el móvil que los casados y han tenido más Terminales. A ningún viudo le molesta el uso del teléfono móvil en el espacio público.

---

Los hijos varones son quienes más regalan teléfonos móviles a sus padres, espacialmente si se trata de sus madres.

Los casados lo usan más para organizar sus actividades diarias y para planificar eventos. Asimismo, todos ellos expresan algún reparo sobre el uso del móvil en los espacios públicos.

#### **Por ingresos:**

Los usuarios que reciben y realizan más llamadas son quienes menos ingresos perciben mensualmente. Mientras, que los que reciben más ingresos son quienes menos llamadas realizan y reciben.

Quienes menos ingresos reciben destinan proporcionalmente mayor presupuesto al uso del teléfono fijo y al teléfono móvil que aquellos que más ingresos obtienen al mes.

#### **Los no-usuarios**

Las principales razones entre los no-usuarios para no tener un teléfono móvil son porque no lo necesitan y porque prefieren el teléfono fijo. De llegar a usarlo sería para estar en contacto con sus familiares, confiando en que sus nietos les ayudarían a su aprendizaje.

Los no-usuarios no tienen una relación muy cercana con otros tipos de tecnologías, ni en su etapa laboral ni en la esfera doméstica.

#### **Los ex-usuarios**

Los ex-usuarios, aquellos que fueron usuarios de la telefonía móvil y actualmente no lo son, se debe porque pierden el interés y por ajustar su presupuesto. Se puede sugerir que tiene directa relación en llegar a ser un ex-usuario si la adquisición del móvil es producto de un regalo.

#### **Por una mayor inclusión digital**

La lógica que debiera imperar en cualquier estrategia que persiga acercar las nuevas tecnologías con las personas que se encuentran en riesgo de

---

marginación, es incorporar esta variable digital como complemento que coopere en el proceso de inclusión social. De ahí que se deba enfocar el asunto desde una Matriz Sociocultural de Inclusión Digital, donde el acento esté en el Sujeto/Transformación, no en la tecnología. Lo pertinente es incorporar la dimensión digital a través de un método de intervención que esté inscrito dentro de la política social y económica. Así, la metodología debiera ser el resultado del consenso sobre cuáles son las condiciones mínimas tecnológicas y digitales que un ciudadano debiera contar para desenvolverse en la sociedad, identificar el riesgo principal, las expresiones de dicho riesgo, los factores protectores y contar con un mapa de oportunidades, compromisos y resultados.

Incorporar esta dimensión digital y garantizar ciertas condiciones mínimas es un imperativo. No se puede seguir hablando de la desigualdad digital y la inclusión social por caminos distintos y equidistantes. La inclusión social refiere a que los individuos, familias, y comunidades puedan participar totalmente en la sociedad y controlar sus propios destinos, siempre y cuando tengan ciertas condiciones mínimas para hacerlo, que les permitan controlar una variedad de factores relacionados con los recursos económicos, empleo, salud, educación, vivienda, recreación, cultura, participación y también lo tecnológico. Los procesos de apropiación, de las experiencias de la vida diaria y de la incorporación de los diversos significados son parte de la construcción de la inclusión en la negociación con varios factores sociales y contextos diarios.

Agregar esta dimensión es asumir el asunto de manera seria, implica construir un marco conceptual que ayude a entender y delimitar mejor la realidad social en la cual la agenda digital puede intervenir. ¿Qué aspectos es necesario intervenir?, ¿con quiénes es prioritario trabajar?, ¿cuáles serán las variables que nos permitan medir cuando alguien está integrado en materia tecnológica?, entre muchas otras preguntas.

---

## Hacia el futuro

Sabemos que las experiencias que puedan llegar a tener los usuarios mayores son privadas y subjetivas, la apreciación y los significados que adquieran se desprenderán de sus propios contextos de experiencia. Sin embargo, los programas de alfabetización multimedia o los Talleres sobre cómo aprender a usar el teléfono móvil son encuentros cuyo valor reside en la posibilidad de compartir la experiencia, el uso social de la experiencia es más que la suma de las experiencias individuales, lo que se convierte en alternativas recomendables y necesarias si se está dispuesto a incorporar a los mayores en la dinámica conversacional de las tecnología de comunicación personal.

Asimismo, la industria deberá tomar nota de las implicancias que tiene para el negocio que cada vez sean más los usuarios mayores que adoptan esta tecnología, más aún cuando la sustitución de aparatos tiende a ser más lento. Los mayores son sin duda un nicho de mercado atractivo, pero la industria no puede llegar a ellos a través de dispositivos que tratan de infantilizar el posible uso, sino de modelos que se diseñen con la co-experiencia del uso que hacen los mayores. Pero más que teléfonos especiales o ergonómicamente aptos, los mayores están abiertos a incursionar en servicios que les puedan hacer su vida más fácil.

Esto último es un llamado de atención a las instituciones públicas y privadas que interactúan con estos ciudadanos, son ellas las que deben recrear sus formas de comunicación e información con estos usuarios, a través de la elaboración de contenidos y servicios que aprovechen esta relación uno-a-uno, y que en vez de interrumpir más bien sean capaces de integrar a los ciudadanos mayores en la dinámica del territorio y de la sociedad.

Esta investigación plantea que antes de diseñar servicios y aplicaciones para los dispositivos móviles y antes de elaborar, producir y distribuir contenidos que tengan a las personas mayores como principales destinatarios, es necesario aproximarse a entender el uso cotidiano y el desempeño en el espacio social con el teléfono móvil, para asegurar la aceptación social de los futuros servicios móviles.

---

Que cada día sean más las personas mayores que usan el Terminal móvil es una oportunidad para la administración pública, que ya no tiene la excusa de falta de canales de comunicación con los ciudadanos. Si la administración pública se plantea mejorar su interacción con los ciudadanos, el móvil debe ser parte de esa estrategia. La Generalitat y el Ayuntamiento de Barcelona tienen estrategias de "mobile-government", la que involucra la aplicación y utilización de todos los tipos de tecnología inalámbrica y móvil, desde los servicios, aplicaciones y dispositivos con el fin de mejorar los beneficios y el rendimiento del e-Government, teniendo en el centro a los ciudadanos, los negocios y todas las unidades gubernamentales. Por lo tanto, lo que se debe hacer es establecer los mecanismos para que la oferta de servicios en línea corresponda con la demanda existente; y garantizar la existencia de canales adecuados para que los usuarios mayores puedan hacer uso de los servicios proporcionados por las administraciones.

Para investigaciones futuras queda analizar el nuevo escenario que se presenta en la ciudad a través de los servicios y aplicaciones ofrecidos por la administración por medio de los teléfonos móviles y los posibles alcances en la relación con los ciudadanos mayores. Interesante sería indagar sobre qué tipos de servicios y contenidos son de mayor utilidad para las personas mayores, cómo deben ser elaborados, que elementos deben relevar, que requisitos de interacción pueden implicar, qué tipo de beneficios se pueden esperar.

Además, el propio dispositivo móvil es un asunto que debe convocar más la atención académica. El escenario de convergencia lo instala como una tecnología que seguirá en un proceso de transformación, lo que implicará nuevas y diversas formas de relacionarse con los usuarios, y ahí hay que estar para observar.

Finalmente, este trabajo es una oportunidad para proseguir en la observación de las personas mayores, de los espacios cotidianos y la relación que pueden y llegan a establecer con otros tipos de dispositivos tecnológicos. La presencia de los mayores en investigaciones sociotécnicas está absolutamente justificada. Por lo tanto, hay que seguir por el camino de la comprensión de sus



---

prácticas, usos y las consecuencias de los cambios y del camino que toman las interacciones sociales a propósito de la cada vez más activa participación de las tecnologías en sus vidas.

Las personas mayores no pueden estar tan ausentes de las investigaciones de comunicación, hay que dedicar tiempo y recursos para seguir y observar a estos sujetos en sus trayectorias, en distintos contextos, como una oportunidad para comprender los usos sociales y los efectos de las tecnologías, tanto a nivel macro como micro. Así también, dada las nuevas características, funciones y aplicaciones que adquieren las nuevas tecnologías implican que deben ser permanentemente re-conceptualizadas, ya que adquieren nuevos significados para las personas.

Además, la convergencia digital implicará que los usuarios cada día dispongan de más destrezas y habilidades digitales, y eso hay que estimularlo, el uso del móvil es la puerta de entrada, pero futuras investigaciones deben ser capaces de identificar los puntos críticos, en pro de orientar ciertas estrategias para el buen desempeño en la vida social. También, hay que seguir indagando sobre los actuales usos de la comunicación móvil por parte de otros colectivos, sobretodos de aquellos que se encuentran aislados socialmente.

Otro ámbito que queda abierto con esta investigación es abordar el actual escenario de digitalización y convergencia tecnológica desde la lógica de los servicios y contenidos. La integración de varios sectores, la posibilidad de llevar a cabo servicios interactivos y la personalización de los servicios es una oportunidad para generar nuevo conocimiento. Este contexto emergente permite nuevas prácticas comunicativas, nuevos productos y nuevas formas de consumo, donde los usuarios, incluidos las personas mayores pueden participar.

Así por ejemplo, serían absolutamente pertinentes estudios que explorasen cómo se incorporan los servicios de la televisión digital en los contextos de los mayores, qué tipos de ofertas y productos se pueden elaborar y qué resultados

---

se pueden esperar. También, la propia personalización de la televisión es una oportunidad para nuevas estrategias de distribución de contenidos, el cross-media o medios integrados. Estrategias que posibilitan abordar conjuntamente el diseño tecnológico y de contenidos, adaptándose a las diferentes necesidades de los usuarios en el mismo momento del consumo. No se trata exclusivamente de una distribución tecnológica multiplataforma, sino que también supone la adaptación de los contenidos y de los servicios disponibles en función del soporte y de las necesidades del usuario.



## BIBLIOGRAFÍA

Aakhus, M. (2003) "Understanding information and communication infrastructure in everyday life: Struggling with communication-at-a-distance. In *Machines that become us. The social context of personal communications technology.*" New Brunswick, NJ, and London: Transaction. Eds. J. Katz and M. Aakhus, pp. 27-42.

Abascal, J. y Civit, A. (2001) "Mobile Communication for Older People: New Opportunities for Autonomous Life". Workshop on Universal Accessibility of Ubiquitous Computing: Providing for the Elderly.

Abellán García, A. et al. (1990) "El envejecimiento de la población española y sus características sociosanitarias", *Estudios Geográficos*, LI (199-200), p. 241-247.

Abellán García, A. et al. (1996) "Envejecer en España. Manual estadístico sobre el envejecimiento de la población". Madrid: Fundación Caja de Madrid.

Abercrombie, N. (1996) "Television and Society United Kingdom". Polity Press.

Abu-Lughod, L. (2005) "Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt". Chicago: University of Chicago Press. AES Senior Book Prize.

Abu-Lughod, L. (2006) "Interpretando la(s) cultura(s) después de la televisión: sobre el método". En publicación: *ICONOS. Revista de Ciencias Sociales*, no. 24. FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Quito, Ecuador.

Acheneaux, N & Kavoori, A. (2006) "Introduction" In *The Cellphone Reader* New York: Peter Lang. pp. 1-7.

Adey, P. (2006) "If Mobility is Everything Then it is Nothing: Towards a Relational Politics of (Im) mobilities". In *Mobilities*, vol. 1, no. 1, pp. 75-94.

Agar, J. (2003) "Constant Touch: A Global History of the Mobile Phone". Cambridge, UK: Icon Books.

Agència Catalana del Consum (2007) "La Gent gran com a persones consumidores" [Fullet]. Barcelona.

Agència Catalana del Consum (2008) "La gent gran i el consum: estudi AVVIIS 2a part". Barcelona, 17 p.

Agència Catalana del Consum. (2007) "Hàbits de Consum de la gent gran: informe". Barcelona, 48 p. - 1a part de l'estudi AVVIIS.

Aguado, J. M. and Martínez, I.M. (2006) "El proceso de mediatización de la telefonía móvil". *Zer*, 20, 319-343.

Aguado, J. M. and Martínez, I.M. (2006a) "The World in your pocket: Social Consequences of Mobile Phone Mediatization in the Global Information Society". Durban. Paper presented at the XVI World Congress of Sociology. July 23-29.

Aguado, J. M. and Martínez, I.M. (2006a) "La mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural". Universidad del País Vasco. En ZER, Revista de Estudios de Comunicación, Vol. 11, nº 20.

Aguado, J. M. and Martínez, I.M. (2006b) "Performing Mobile Experiences: The Role of Media Discourses in the Appropriation of Mobile Phone Technologies". Durban. Paper presented at the XVI World Congress of Sociology. July 23-29.

Aguado, J. M. and Martínez, I.M. (2006b) "The construction of the mobile experience: the role of advertising campaigns in the appropriation of mobile phone technologies". Erfurt (Germany) International Communication Association Preconference, The future of mobile telephony, June, 2006.

Aguado, J.M. (2003) "Los nuevos dispositivos tecnológicos de mediación de la experiencia y su repercusión en el relato reflejo del mundo social". Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 2. Temática Variada. Disponible en <http://www.cibersociedad.net>

Ahonen, T. (2008) "Mobile as 7th of the Mass Media, cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone", hardcover futuretext.

AIMC. (2001- 2008) "Datos generales de usuarios de Internet en España". <http://www.aui.es/estadi/egm/iegm.htm> (online, junio, 2008)

Ajenjo, M. i altres. (1993) "La població de Catalunya, 1896-1991, estancament demogràfic i canvis en la distribució territorial de la població". Barcelona: Centre d'Estudis Demogràfics.

Ajuntament de Barcelona (1994) "El temps lliure de la gent gran: utilització d'equipaments". Colecció Barcelona y tu. (Consell Municipal de Benestar Social, DL.)

Anadón, M.J. (2003) "Hispanoamérica y el Español de América en la enseñanza del Español como segunda lengua entre alumnos Ingleses". Tesis para obtener el Grado de Máster en Enseñanza, Universidad de Barcelona.

Anderson, J. A. (1996) "Communication theory: Epistemological foundations". New York: Guilford.

Anderson, K., Qiu, Y., Whittaker, A. and Lucas, M. (2001) 'Breath Sounds, Asthma and the Mobile Phone'. Lancet (20 Oct.): 1343.

Antoine, P. (2004) "Understanding mobile phone market drivers". Alcatel Telecommunications Review - 4th Quarter 2003/1st Quarter 2004 | 5.

Appadurai, A. (1996) "Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalization" Minneapolis, London: University of Minnesota Press.

Araujo de Souza, A. (2004) "From Multiuser Environments as (Virtual) Spaces to (Hybrid) Spaces as Multiuser Environments" Nomadic Technology Devices and Hybrid Communication Places. Tesis Doctoral inédita, presentada en la Universidad Federal de Río de Janeiro.

Ardèvol, Elisenda (2003) "Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea". Barcelona, Athenea Digital, Nº3, Universidad Oberta de Catalunya.

- Arellano, H.A. (2000) "La guerra entre ciencias exactas y humanidades en el fin de siglo: El escándalo Sokal y una propuesta pacificadora". *Ciencia Ergo Sum*. Vol 7. No 1.
- Arellano, H.A. (2003) "La sociología de las ciencias y de las técnicas de Bruno Latour y Michel Callon". *Cuadernos digitales*. Volumen 8. Nº23.
- Armadans, I. (2002) "Actividad de ocio turístico y personas mayores: Análisis de diferencias psicosociales entre viajeros y no viajeros". Tesis Doctoral, Facultad de Psicología, Universidad de Barcelona.
- Arminen, I & Leinonen, M. (2006) "Mobile phone call openings – tailoring answers to personalized summons". *Discourse Studies* 8:3, 339-368.
- Arminen, I. (2003) 'Location: a Socially Dynamic Property – A Study of Location Telling in Mobile Phone Calls'. In Haddon, L., Mante-Meijer, E., Sapio, B., Kommenon, K-H, Fortunati, L., and Kant, A. (eds) *The Good, the Bad and the Irrelevant: The User and the Future of Information and Communication Technologies*, Conference Proceedings, 1-3, September, Helsinki.
- Arminen, I. (2005/2006) "Social functions of location in mobile telephony". *Personal and Ubiquitous Computing* 10: 5, 319-323. (Online: 10th November, 2007)
- Arnold, M. (2003) "On the phenomenology of technology: the "Janus-faces" of mobile phones", in *Information and Organization*, no. 13, pp. 231–256.
- Arriazu Muñoz, R. (2007) "¿Nuevos medios o nuevas formas de indagación?". Una propuesta metodológica para la investigación social on-line a través del foro de discusión [40 párrafos]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), Art. 37.
- Atkin, D. (2002) "Media convergence". In: C. Lin and D. Atkin, Editors, *Communication Technology and Society*, Hampton Press, Cresskill, NJ pp. 23–41.
- Atkinson, R (2005) "Losing sight, still looking". *Guardian Weekend*, 22 de enero.
- Augé, Marc (2007) "Por una antropología de la movilidad", Barcelona, Gedisa.
- Augé, Marc (1996) "El Sentido de los otros". Barcelona, Piados.
- Augé, Marc. (1993) "Los no-lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad". Barcelona, Gedisa.
- Ayllón, S. y Ramos, X. (2008) "Dinámica de la pobreza en Catalunya. Quién entra, quién sale y quién se queda en la pobreza?", en "Condiciones de vida y desigualdad en Catalunya, 2001-2005". Fundación Jaume Bofill, 2008.
- Ayllón, S., Mercader, M. i Ramos, X. (2005) "La Pobreza a Catalunya: Pobreza monetària i privació a Catalunya a principis del segle XXI", a *Estructura social i desigualtats a Catalunya*. Volum II Barcelona: Fundació Jaume Bofill, p. 9-158.
- Baile Ayensa, J. I. (2007) "Psicología y Envejecimiento. El acercamiento de la psicología a la vejez a comienzos del siglo XXI". Madrid, Portal Mayores, Informes Portal Mayores nº 72. *Lecciones de Gerontología*, XIII [Fecha de publicación: 16/04/2007].
- Baldwin, T. F., McVoy, D. S., & Steinfield, C. (1996) "Convergence". *Integrating Media, Information & Communication*. Thousand Oaks: Sage.

- 
- Balestrini, M. (2005) "La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social". Ponencia Presentada en las I Jornadas de Investigación y Postgrado de la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada (UNEFA)
- Ball, D.W. (1969) 'Toward a Sociology of Telephones and Telephoners', in Truzzi, M. (ed.) *Sociology and Everyday Life*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.
- Ballester, Fernando (2002) "La Brecha Digital. El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información". Madrid, Fundación Retevisión.
- Baltà, J. (2007) "Moviment quotidià: Trajectòries, Subjectes i Sociabilitat". Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona. Trabajo de investigación no publicado.
- Banerjee, A., and Agustin J. Ros. (2004) "Patterns in global fixed and mobile telecommunications development: A cluster analysis". *Telecommunications Policy* 28 (2):107-132.
- Bantz, C. R. (1982) "Exploring uses and gratifications: A comparison of reported uses of television and reported uses of favorite program type". *Communication Research*, 9, 352-379.
- Barberà i Guillem, R. (2005) "Los Problemas De Uso Y La Importancia De La Adaptación De Los Productos De La Vida Diaria A Las Personas Mayores" en "Los productos de la vida diaria: Mejorar la calidad de vida" Jornadas técnicas, IMSERSO e Instituto de Biomecánica de Valencia
- Bardin, L. (1986) "Análisis de contenido". Madrid. Akal Universitaria.
- Barrantes, R., Galperin, H., Agüero, A., and Molinari, A. (2006) "Asequibilidad de los servicios de telefonía móvil en América Latina". Montevideo. Dialogo Regional sobre Sociedad de la Información (DIRSI)—International Development Research Centre (IDRC)
- Barrantes, Roxana (2006) "Análisis de la demanda por TICs: ¿Qué es y cómo medir la pobreza digital?", Lima, DIRSI.
- Barroso et, al. (2003) "Las personas mayores y las nuevas tecnologías: una acción en la sociedad de la información". España. *Innovación educativa*, 12, 319-337.
- Battarbee, K. and Koskinen, I. (2004) "Co-Experience: User Experience as Interaction". *Co-design* 1(1): 5-18.
- Baudrillard, J. (1988) "Selected Writings". Editado por Mark Poster, Stanford University Press, Stanford.
- Baudrillard, J. (1995) "La sociedad de consumo, sus mitos, sus estructuras". Barcelona. Editorial Paidós.
- Baudrillard, Jean. (2000) "Pantalla total", Barcelona, Anagrama.
- Bauer, M.W. & Gaskell, G. (Eds) (2000) "Qualitative Researching with Text, Image and Sound: A practical handbook". London: Sage.

- Bauman, Z. (1998) "Globalization, The human consequences". New York: Columbia University Press.
- Bauman, Z. (2007) "Vida de consumo". Buenos Aires. F.C.E.: 81.
- Bauman, Z. (2007) "Tiempos Líquidos". Barcelona. Tusquets Editores.
- Bauman, Z. (1999) "Modernidad líquida". Buenos Aires. Fondo de cultura económica.
- Bauman, Z (2001) "La sociedad individualizada". Madrid. Cátedra.
- Bauman, Z (2007) "Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores". Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica.
- Bautista López, A. (2006) "Prólogo", Gil Juárez, A. y Vall-Llobera, Llovet, M.(coords.) Jóvenes en Cibercafés: la dimensión física del futuro virtual. Barcelona: Editorial UOC, 13-20.
- Bazo, M<sup>a</sup>. T. (2001) "La institución social de la jubilación: De la sociedad industrial a la postmodernidad". Valencia: Nau Llibres.
- BBC (2003) 'Phone Tones Show Explosive Growth'. URL: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/music/3143651.stm> (Online: Mayo, 2008)
- Beaton, J. & Wajcman, J. (Eds) (2004) «The Impact of the Mobile Telephony in Australia» en Australian Mobile Telephony Conference. September 2004.
- Becerra, Martín (1998b) "Una estrategia de crecimiento bautizada Sociedad de la Información". México, Comunicación y Sociedad n°34, Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, pp. 11-26.
- Becerra, Martín (2002) "Entrevista con Bernard Miège: Las múltiples dimensiones del orden infocomunicacional", Portal InCom, Instituto de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona [www.portalcomunicacion.com](http://www.portalcomunicacion.com).
- Becerra, Martín (2003) "Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia". Buenos Aires, Editorial Norma.
- Beck, U. (1998) "¿Qué es la globalización?" Barcelona. Paidós.
- Beck, U. (1992) "Risk Society: Towards a New Modernity". London & New York: Sage. (Original work published in 1986)
- Beebe, James (2001) "Rapid Assessment Process". USA. Alta Mira Press.
- Bell, Daniel (1964) "El fin de las ideologías" Madrid, Tecnos.
- Bell, Daniel (1976) "El advenimiento de la sociedad postindustrial". Madrid, Alianza Editorial.
- Bell, Daniel (1977) "Las contradicciones culturales del capitalismo". Madrid, Alianza Editorial.



Bell, Daniel (1981), "La telecomunicación y el cambio social", en Miquel de Moragas i Spà (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, vol IV, p. 34-55.

Belsky, J.K. (1996) "Psicología del envejecimiento" (Lienas, B., Trad.) California, EE.UU.: Masson. (2º ed. de la obra original inglesa en 1990)

Beltrán, J., Vázquez, F. Y Irigoyen, J. (1997) "Métodos cuantitativos y cualitativos: ¿alternativa metodológica?". En: *Revista Psicología y Salud*. INTERNET.

Berg, S. Taylor, A.S. and Harper, R. (2003) "Mobile Phones for the Next Generation: Device Designs for Teenagers". *Proceedings of Computer-Human Interaction CHI 2003*, April 5-10, 2003, Ft. Lauderdale, Florida, USA.

Berger, J. (2002) "Dónde hallar nuestro lugar", artículo publicado en el diario *La Jornada*, reproducido por el diario *El País*, 16 de octubre 2007.

Berger, A.A. (1982) "Media Analysis Techniques". Beverly Hills: Sage.

Berger, P & Luckman, P. (1994) "La construcción social de la realidad". Buenos Aires, Editorial Amorrortu.

Bericat, E. (1998) "La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida". Barcelona. Ariel.

Berjano, E. y Llopis, D. (1996) "Jubilación: Expectativas y tiempo de ocio". (inf. téc. nº

Berjano, E., Corts, P. y Llopis, D. (1998) "Influencia de la salud, la vivienda y el grado de asociacionismo en las actitudes de las personas mayores ante la jubilación", en Conde Viéitez, J. A. Isidro de Pedro, A.I. (comps.) *Psicología comunitaria, salud y calidad de vida*. Madrid: Ediciones de la Universidad Complutense, pp. 101-113

Bernadas, J. y Alonso, P. (2005) "Sobre el futur de la gent gran: perspectiva de la població catalana de més de 65 anys cap a L'horitzó del 2010 -2012". *Federació d'Associacions de Gent Gran de Catalunya*.

Bernard, M. et al. (1996) "Trabajo y jubilación marcados por el género", en Arder y Ginn (eds.) 1996. *Relación entre género y envejecimiento*. Madrid: Narcea.

Bhabha, H. (1994) "The Location of Culture". Routledge, Londres.

Bijker, Wiebe E., Thomas P. Hughes, and Trevor J. Pinch, eds. (1987) "The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology". Cambridge, MA: MIT Press,

Blanes, A. (1998) "El futur de la població catalana", a S. GINER (dir.) *La societat catalana*. IDESCAT, p. 169-183.

Blinkoff, R. (2001) "The mobiles: social evolution in a wireless society". *Context-Based Research Group*.

Blum, J., Chipchase, J. and Lehikoinen, J. (2005) "Contextual and cultural challenges for user mobility research". *Communications of the ACM* 48 (7):37-41.

Blumer, H. (1969) "Symbolic interactionism, perspective and method". Prentice Hall, Englewood.

Blumler, J. (1979) "The role of theory in uses and gratifications studies" *Communication Research* 6, pp. 9-36.

Blumler, J. G. (1979) "The role of theory in uses and gratifications studies". *Communication Research*, 6, 9-36.

Blumler, J. G. (1985) "The social character of media gratifications". In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research: Current perspectives* (pp. 41-59). Beverly Hills, CA: Sage.

Boltansky L. y Chiapello (2002) "El nuevo espíritu del capitalismo". Madrid. Akal.

Bongiovanni, P. "El reinado del SMS: mi acción, tu acción, nuestra reflexión" Publicado en el Portal educativo Educ.ar, Buenos Aires, [www.educar.gov.ar](http://www.educar.gov.ar).

Botelho, A y Costa Pinto, L. (2004) "The diffusion of cellular phones in Portugal". *Telecommunications Policy* 28 (2004) 427-437.

Bosh I Meda (2005) "Situación de la vivienda en Cataluña" Fundación la obra social "La Caixa" [www.obrasocial.es](http://www.obrasocial.es) (online, junio, 2008)

Boudourides, R. (2002) "Assessing the Social Impact of Rich and Mobile Media". Presented at the Interactive Electronic Publishing Concertation Workshop. Barcelona. April 23-24, 2002.

Bourdieu P., Chamboredon J.C., Passeron, J.C. (1975) "El oficio del sociólogo". Buenos Aires, Siglo XXI.

Bourdieu, Pierre (1988) "La Distinción". Barcelona, Taurus.

Bourdieu, Pierre (2000) "Cuestiones de Sociología". Madrid, Istmo.

Bovill, M. and Livingstone, S. (2001) 'Bedroom Culture and the Privatization of Media Use', en Livingstone, S. and Bovill, M.(eds) *Children and their Changing Media Environment. A European Comparative Study*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., New Jersey.

Boyd, D. (2006) "A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium". *Reconstruction*, 6 (4).

Boyd, D. (2005) "Sociable Technology and Democracy". *Extreme Democracy*, eds. Jon Lebkowsky and Mitch Ratcliffe, Lulu.

Boyd, D. (2008) "How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects: A Response to Christine Hine." *Internet Inquiry: Conversations About Method*, eds. Annette Markham and Nancy Baym, Los Angeles: Sage, pp. 26-32.

Boyera, S. (2007) "The mobile web to bridge the digital divide?" Paper read at IST-Africa Conference 2007, 09-11 May, at Maputo, Mozambique.

Braman, S. (2006) "Change of state: Information, policy, and power". Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Brey, P. (1997) "Philosophy of Technology Meets Social Constructivism". Society for Philosophy and Technology. Nr.3-4. 1997. Retrieved May 18, 2005.
- Briggs, A., Burke, P. (2004) "Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet". Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 377 p.
- Brown, B. (2001) 'Studying the Use of Mobile Technology', in Brown, B., Green, N. and Harper, R. (eds) *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*, Springer, London, pp.3-13.
- Bryman, A. (2004) "Social Research Methods (2nd Ed.)". Oxford University Press, Oxford
- Bucur A, Renold C, Henke M. How do older netcitizens compare with their younger counterparts? *Cyberpsychol and Behav* 1999; 6:505-13.
- Brzezinski, Zbigniew (1979) "La era tecnocrática". Buenos Aires, Paidós.
- Bull. M. (2001) "Sounding Out the City: Personal Stereos and the Management of Everyday Life". Oxford University Press, Oxford.
- Bure, C. (2005) "Digital Inclusion Without Social Inclusion: The consumption of information and communication technologies (ICTs) within homeless subculture in Scotland". *The Journal of Community Informatics*, 1 (2), 116-133.
- Burgelman, Jean-Claude (1994) "Assessing Information Technologies in the Information Society: the relevance of communication science", en Splichal, Slavko, Andrew Calabrese y Colin Sparks (eds.), *Information Society and Civil Society*, Purdue University Press, West Lafayette, Indiana, p. 185-207.
- Burgess, A. (2004) "Cellular Phones, Public Fears, and a Culture of Precaution." Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Busaniche, B. (2004) "Visions in process II The World Summit on the Information Society" Ediciones Heinrich Boell. Berlín- Alemania.
- Bustamante, E. (2000) "Nuevas tecnologías, nuevas redes: caminos de la investigación". En J. Benavides, D. Alameda y E. Fernández (eds.), *Las convergencias de la comunicación. Problemas y perspectivas investigadoras* (p.233-237) Madrid: Fundación General de la Universidad Complutense.
- Bustamante, Enrique (coord.) (2002) "Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España". Barcelona, Gedisa.
- CaixaCatalunya (2008) "Informe inclusión social en España" Observatorio Obra social, [www.caixacatalunya.es](http://www.caixacatalunya.es) (online, agosto, 2008)
- Cahir, J. (2007) 'Text-Messaging: A Private Form of Communication?' in Goggin, G. and Hjorth, L. (eds) *Proceedings of the Conference Mobile Media 2007*, Sydney, 2<sup>nd</sup>-4<sup>th</sup> July, pp.208-17.
- Callon, M. (1987) "Society in the Making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis". In Bijker, W. E., Hughes, T. P. and Pinch, T. J. (eds.) *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge/MA.
- Campbell, S.W. (2006) 'Perceptions of Mobile Phones in College Classrooms: Ringing, Cheating, and Classroom Policies', *Communication Education* 55(3): 280-94.

---

Campbell, S.W. (2007) 'A Cross-cultural Comparison of Perceptions and Uses of Mobile Telephony,' in *New Media and Society*, 9(2): 343-363.

Campbell, S.W. (2008) 'Mobile Technology and the Body: Apparatusgeist, Fashion and Function,' in J. Katz (ed.) *Handbook of Mobile Communication Studies*, pp. 328-356. Cambridge, MA: MIT Press.

Campbell, S.W. and M.J. Kelley (2006) 'Mobile Phone Use in AA Networks: An Exploratory Study,' *Journal of Applied Communication Research* 34(2): 191-208.

Campbell, S.W. and Russo, T.C. (2003) "The social construction of mobile telephony: an application of the social influence model to perceptions and uses of mobile phones within personal communication networks". *Communication Monographs* 70 (2003) (4), pp. 317-334.

Canet, Enric (2001) "Pobreza y exclusión social". Madrid, Editorial CCS-ICCE.

Cantor, G. (2002) "La Triangulación Metodológica en Ciencias Sociales". *Cinta de Moebio: Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, Nº. 13.

Carey, J. (2002) 'Ethnographic Approaches to Studying Media Use', paper presented at the Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA, April.

Carlsson, Ulla (1997) "El uso de los medios y sus efectos", *Media and Communication Research* Göteborg University

Carmagnat, F. Devilles, J. and Mardon, A. (2003) "Uses of the Family Internet Sites", in Haddon, L., Mante-Meijer, E., Sapio, B., Kommenon, K-H, Fortunati, L., and Kant, A. (eds) *The Good, the Bad and the Irrelevant: The User and the Future of Information and Communication Technologies*, Conference Proceedings, 1-3, September, Helsinki

Caronia, L. (2005) "Mobile Culture: An Ethnography of Cellular Phone Uses in Teenagers' Everyday Life" in: *Convergence - The Journal of Research into New Media Technologies* Vol. 11/3, pp 96-103. Sage, London.

Caronia, L. and Caron, A. (2004) 'Constructing a Specific Culture: Young People's Use of the Mobile Phone as a Social Performance', *Convergence*, Vol.10, no.2 pp 28-61.

Casado Marín, D. i López Casanovas, G. (2001) "Vellesa, dependència i atencions de llarga durada: situació actual i perspectives de futur". Barcelona: Fundació "la Caixa".  
Cass, N., Shove, E., and Urry, J. (2005) "Social exclusion, mobility and access". *Sociological Review* 53(3):539-555.

Castells, M. (1998) "La era de la información (vol. 1)". Madrid: Alianza.

Castells, M. (2000) "The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture". 2nd ed. Oxford: Blackwell.

Castells, M. (2001) "The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society". New York: Oxford University Press.

Castells, M., Linchuan Qiu, J., Fernández-Ardèvol, M. and Sey, A. (2007) "Mobile communication and society: A global perspective (information revolution and global politics)". Cambridge, MA: MIT Press.

Català, Joseph María (2005) "La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual". Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona, Server de Publicacions.

Ceruzzi, P. (1998) "Inventing personal computing". In MacKenzie D, Wajcman, J (eds) *The Social Shaping of Technology*. Open University Press, Buckingham and Philadelphia pp64-86 GSM World (2004) <http://www.gsmworld.com>

CIS (2006) "Encuesta de clases sociales y estructura social". (online, abril, 2008) [www.cis.es](http://www.cis.es)

CIS (2001) "V Encuesta nacional de condiciones de vida de los desempleados en España". (online, abril, 2008) [www.cis.es](http://www.cis.es)

Claisse, G. and Rowe, F. (1987) 'The Telephone in Question: Questions on Communication', *Computer Networks and ISDN Systems*, Vol.14, No.2, pp.207-19.

Claisse, G. and Rowe, F. (1993) "Domestic telephone habits and daily mobility." *Trans Res* 27, 4.277-290.

Claisse, G. (2000) 'Identités Masculines et Féminines au Telephone. Des Rôles, des Pratiques des Perception Contrastés', *Reseaux*, Vol.18 No.103.

Clifford, J. (1988) "The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art, Harvard University Press, Cambridge.

CMT (2005) "Informe del sector de la telefonía móvil en España, 2004". Madrid, CMT. [www.cmt.es](http://www.cmt.es) (online, Junio, 2008)

CMT (2006) "Informe Anual 2005". Barcelona: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. [www.cmt.es](http://www.cmt.es) (online, Junio, 2008)

CMT (2007-2008) "Informe mercado de las Telecomunicaciones en España". Barcelona, [www.cmt.es](http://www.cmt.es) (online, junio, 2008)

Cohen, A. and Lemish, D. (2003) "Real Time and Recall Measures of Mobile Phone Use: Some Methodological Concerns and Empirical Applications", *New Media & Society* 5(2): 167-83.

Cohen, A. and Lemish, D. (2005) "When the Bombs Go Off the Mobiles Ring. The Aftermath of Terrorist Attacks", in Nyíri, K. (Ed.) *A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile Communication*, Passagen Verlag, Vienna, pp.117-28.

COITT (2008) "Informe sobre el Uso del teléfono móvil en España", Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos de Telecomunicaciones, publicado en [www.coitt.es](http://www.coitt.es)

Colombo, F. and Scifo, B. (2005) 'Social Shaping of New Mobile Devices. Representations and Uses among Italian Youth' in Haddon, L., Mante-Meijer, E., Sapio, B., Kommonen, K-H, Fortunati, L., and Kant, A (eds) *Everyday Innovators, Researching the Role of Users in Shaping ICTs*, Springer, Dordrecht, 86-103.

Comisión Europea. (1997) "Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación". Bruselas: Comisión Europea.

Conde, J. L. (1997) "Subjetivación y vinculación en el proceso de envejecimiento". Anuario de Psicología, 73. 71-87.

Connell, J. y Lowe, A. (1997) "Generating grounded theory from qualitative data: The application of inductive methods in tourism and hospitality management research". Progress in Tourism and Hospitality Research. Vol. 3, pp. 165-173.

Contarello, A. and Fortunati, L. (2006) 'ICTs and the Human Body: A Social Representations Approach', in Law, P-L. Fortunati, L. and Yang, S. (eds) New Technologies in Global Societies, World Scientific, Singapore, pp.51-74.

Cook, T, y Reichardt, Ch. (1995) "Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa". Madrid: Morata.

Cook, T.D. and Campbell, D.T. (1979) "Quasi-Experimentation: Design and Analysis Issues for Field Settings". Houghton Mifflin Company, Boston (1979)

Cooper, G., Hine, C., Rachel, J., & Woolgar, S. (1995) "Ethnography and human-computer interaction". In P. Thomas (ed.), The Social and Interactional Dimensions of Human-Computer Interfaces, pp. 11-36. Cambridge: Cambridge University Press.

Cooper, G., Green, N., Murtagh, G. and Harper, R. (2002) 'Mobile Society? Technology, Distance and Presence', in Woolgar, S. (Ed.) Virtual Society? Technology, Cyperbole, Reality, Oxford University Press, Oxford, pp.286-301.

Cortazzo, I. y Schettini, P. (1997) "Interpretación de materiales cualitativos un espacio de convergencia. Un análisis desde la práctica de la investigación", V Congreso de Antropología Social La Plata – Argentina, Naya.

Crabtree, J., Nathan, M., & Roberts, S. (2003) "Mobile UK: Mobile Phones and Everyday Life". London: Work Foundation/iSociety.

Creswell, T. (2006) "On the Move: Mobility in the Modern Western World". London: Routledge.

Cuadra, A. (2006) "La Biblioteca de Babel. Memoria y Tecnología". Disponible en el ARCHIVO del Observatorio para la CiberSociedad en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=222> (Online: Mayo, 2008)

Cuadra, A. (2008) "Ópticas de la modernidad de Julio Verne a Walter benjamín" Escuela latinoamericana de postgrados Universidad de artes y ciencias sociales Santiago de Chile.

Cumiskey, K. (2005) "'Surprisingly, Nobody Tried to Caution Her": Perceptions of Intentionality and the Role of Social Responsibility in the Public Use of Mobile Phones', in Ling, R. and Pedersen, P. (eds) Mobile Communications: Renegotiation of the Social Sphere, Springer, London, pp.225-36.

Cumiskey, K. (2007) 'Hidden Meanings: Understanding the Social-Psychological Impact of Mobile Phones through Storytelling', in Goggin, G. and Hjorth, L. (eds) Proceedings of the Conference Mobile Media 2007, Sydney, 2<sup>nd</sup>-4<sup>th</sup> July, pp.85-96.

Cuñat, R. (2006) "Aplicación de la teoría fundamentada (grounded Theory) al estudio del proceso de creación de Empresas", Colección Decisiones Globales, N12.

Davis, F. (1992) "Fashion, Culture and Identity". Chicago, University of Chicago Press.

---

Debray, Régis (1983), "Crítica de la razón política". Madrid, Cátedra.

Deleuze, Gilles (1989) "Lógica del sentido". Barcelona, Piados.

Delgado M. (2007) "La ciudad mentirosa, Fraude y miseria del modelo Barcelona". Ediciones Catarata.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.) (2005) "The Sage Handbook of Qualitative Research". Thousand Oaks: Sage Publications

Departament d'Estadística. (2008) "Característiques de la població de Barcelona segons el Padró municipal" Informe juny 2007, Ajuntament de Barcelona. [www.bcn.cat/estadistica](http://www.bcn.cat/estadistica)

Departament de Sanitat i Seguretat Social. (2006) "Impacte de l'edat i les causes de mort en el canvis de l'esperança de vida en néixer. Catalunya, 1987-2002". Barcelona: Generalitat de Catalunya (URL consultada el julio de 2007: <http://www.gencat.net/salut/depsan/units/sanitat/pdf/imcauses2006.pdf> )

Deutsche Bank. (2008) "Estudio sobre los Estilos de vida y necesidades en la Jubilación", Unidad de Estudios Deutsche Bank.

Dholakia, N. and Nir Kshetri. (2004) "Mobile commerce as a solution to the global digital divide: Selected cases of e-development. In The digital challenge: Information technology in the development context (voices in development management)" edited by S. Krishna and S. Madon. Brookfield, VT: Ashgate Publishing.

De Gournay, C. (1996) 'Waiting for the nomads: Mobile telephony and social change', *Rezeaux: The French Journal of Communication*, Vol.4, no.2. pp.333-50.

De Gournay, C. and Smoreda, Z. (2005) 'Space Bind. The Social Shaping of Communications in Five Urban Areas', in Nyíri, K. (Ed.) *A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile Communication*, Passagen Verlag, Vienna. pp.71-82.

De Miguel, A. and R.L. Barbeito. (1997) "El impacto de la telefonía móvil en la sociedad española (The Impact of Mobile Telephony on Spanish Society)". Madrid: Ericsson.

De Miguel, Roberto (2004) "Sociedad de la información a la española". Alicante, ECU, Editorial Club Universitario.

De Sola Pool, I., ed. (1977) "The social impact of the telephone". Cambridge, MA: MIT Press.

De Souza e Silva, A. (2006) 'From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces'. *Space and Culture*, Vol. 9, No. 3, pp. 261-278.

De Ugarte, D. (2007) "El Poder de las Redes", Ed. El Cobre, Colección Planta29, Barcelona.

Del Rincón, D. (1995) "Técnicas de investigación en las Ciencias Sociales". Madrid: Dykinson.

DIGIWORLD (2008) "Informe sobre el servicios y contenidos, consumo de la telefonía móvil", publicado en [www.digiworld.es](http://www.digiworld.es) (online, agosyo, 2008)

Dimmick, J., Kline, S. and Stafford, L. (2000) "The gratification niches of personal e-mail and the telephone: competition, displacement, and complementarity". *Communication Research* 27 (2000) (2), pp. 227–248.

Dirks, N., Sherry O. y Geoffrey E., editores , (1993) "Culture/Power/History". *As Reader in Contemporary Social Theory*, Princeton University Press, Princeton.

Dobrowolski, T., D. Nicholas and J. Raper (2000) 'Mobile Phones: The New Information Medium?', *Aslib Proceedings* 52(6): 197–200.

Dobles, C., Zúñiga, M. y García, J. (1998) "Investigación en educación: procesos, interacciones y construcciones". San José: EUNED.

Domínguez Figaredo, D. (2007) "Sobre la intención de la etnografía virtual". Sánchez Gómez, M<sup>a</sup> Cruz & Revuelta Domínguez, F. I. (Coords.) *Metodología de Investigación Cualitativa en Internet [monográfico en línea]*. *Revista Electrónica de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 8, n<sup>o</sup>1. Universidad de Salamanca.

Donner, J. (2005) "Research Approaches to Mobile Use in the Developing World: A Review of the Literature". Paper presented at the International Conference on Mobile Communication and Asian Modernities I, Hong Kong, 7th-8th June.

Dordick, H. and LaRose, R. (1992) "The Telephone in Daily Life: A Study of Personal Telephone Use". Temple University, Philadelphia.

Di Maggio, Paul (2001) "Social Stratification, Life-Style, Social Cognition, and Social Participation." Pp. 542-52 in *Social Stratification in Sociological Perspective*, 2nd edition, edited by David Grusky. Boulder, Colorado: Westview Press.

Di Maggio, Paul and Eszter Hargittai (2002) "From the Digital Divide to Digital Inequality." Presentation at the annual meetings of the American Sociological Association in Chicago, August 2001.

Di Maggio, Paul, Eszter Hargittai, Coral Celeste, and Steven Shafer. 2004a. "Digital Inequality: From Unequal Access to Differentiated Use." Pp. 355-400 in *Social Inequality*, edited by Kathryn Neckerman. New York: Russell Sage Foundation.

DRAE REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1992) "Diccionario de la Lengua Española". Madrid: Academia / Espasa-Calpe.

Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997) "Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman". London: Sage Publications in association with the Open University.

Durieux, D. (2003) "ICT and social inclusion in the everyday life of less abled people", LENTIC, University of Liege and ASCoR, University of Amsterdam.

Elliott, P. (1974) "Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative". In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 249–268). Beverly Hills, CA: Sage.

Ellul, J. (1964) "The technological society". Translated by John Wilkinson. New York: Knopf.



Espinosa Henao, O. (2000) "Enfoques, teorías y nuevos rumbos del concepto calidad de vida" Congreso Virtual de Antropología, Naya.

Estudio General de Medios (EGM) (2002- 2007) Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación [consultado el 14-07-2002]. Disponible en: <http://www.aimc.es/aimc/html/inter/net22.html>

Eurostat (2006) "European Statistics on Income and Living Conditions". <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (online, Julio, 2008)

Eurostat (2007-2008) "Estadísticas tecnologías en la Unión Europea" <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (online, Julio, 2008)

Eve, M. and Smoreda, Z. (2001) 'Jeunes Retraités, Réseaux Sociaux et Adoption des Technologies de Communication.' *Retraité and Société*, 33, pp.22-51.

Fagerberg, P., Ståhl, A., & Höök, K. (2004) "Emoto: Emotionally engaging interaction". *Personal and Ubiquitous Computing*, 8(5), 377-381.

Farré Cobos, A., Martínez Martínez, L.M. y Peñaranda Cólera, M.C. (2006) "Resignificando espacios mediante prácticas etnográficas: jóvenes en puntos públicos de conexión a Internet", Gil Juárez, A. y Vall-Llobera, Llovet, M. (coords.), *Jóvenes en Cibercafés: la dimensión física del futuro virtual*. Barcelona: Editorial UOC, 201-233.

Faulkner and Kleif (2003) "Gender in the Information Society: Strategies of Inclusion" *Technology and Development*.2007; 11: 157-177

Fay, M. (2007) "Mobile Subjects, Mobile Methods: Doing Virtual Ethnography in a Feminist Online Network [64 paragraphs]". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), Art. 14.

Feliu i Samuel-Lajeunesse, J. (2004) "De la sociedad de consumo al consumo en persona. Bases psicosociales del consumo". En Gil, Adriana y Feliu, Joel (coords) *Psicología Económica y del Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.

Fernández-Ballesteros, R., Zamarrón, M.D. y Macía, A. (1996) "Calidad de vida en la vejez en distintos contextos". (1ª ed.) Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Inserso)

Fernández-Ballesteros, R. (1997) "Calidad de vida en la vejez: condiciones diferenciales". *Anuario de Psicología*, 73, 89-104.

Fernández-Ballesteros, R. (1998) "Calidad de vida: Concepto y Contribución". En J. Adair, D. Belanger and K. Dion (Eds.): *Avances en la Ciencia Psicológica*. Vol. 1 Sussex, UK: Psicología.

Fernández Moreno, M. (2007) "El uso de tecnologías de información y comunicación por parte de las personas mayores". Madrid, Portal Mayores, Informes Portal Mayores, nº 71. [Fecha de publicación: 02/04/2007].

Ferry, Jean-Marc, Dominique Wolton et al. (1992) "El nuevo espacio público". Barcelona, Gedisa.

FICE (Fundació Institut Català de l'Envel·liment, UAB) (2004) "Anuari de l'envelliment a Catalunya 2004". Barcelona. Editorial Glosa.

- Finquelievich, S. (s/f), "Del café del barrio a las redes electrónicas. Las comunidades virtuales como actores sociales en las ciudades", en Finquelievich, S. (coord.) ¡Ciudadanos a la red!. Los vínculos sociales en el ciberespacio, Buenos Aires, Ediciones Ciccus- La Crujía.
- Flaquer, L. (2001) "Las consecuencias sociales del envejecimiento. El envejecimiento (Temas de debate)". La Vanguardia. pp. 32-33.
- Flichy, P. (1982) "Las multinacionales del audiovisual". Barcelona: Gustavo Gili.
- Flichy, P. (2006) "El individualismo conectado, Entre la técnica digital y la sociedad". revista Telos, 2006, N° 68.
- Flichy, P. (1995) "Dynamics of modern communication: the shaping and impact of new communication technologies". London, Sage.
- Flick, U. (1998) "An Introduction to Qualitative Research". London, Sage.
- Ford, Aníbal (1999) "La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea". Buenos Aires, Norma.
- Fortunati, L. (2001a) "The mobile phone: An identity on the move," Personal and Ubiquitous Computing, volume 5, number 2, pp. 85-98.
- Fortunati, L. and Contarello, A. (2002) 'Internet-Mobile Convergence: Via Similarity or Complementarity?' Trends in Communication, No. 9, pp.81-98.
- Fortunati, L., Manganelli, A.Mª. (2002) "Young People and the Mobile Telephone". In: Revista de Estudios de Juventud (ISSN: 0211-4364) n.57, juny. pp.59-79.
- Fortunati, L. (2002) "The mobile phone: Towards new categories and social relations," Information, Communication & Society, volume 5, number 4, pp. 513-528.
- Fortunati, L. (2003) "The Mobile Phone and Self-presentation". Paper presented at the Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere Conference, Grimstad, 22-24 June.
- Fortunati, L. (2005) "The mobile phone as technological artifact". In Thumb culture: The meaning of mobile phones for society, edited by P. Glotz, S. Bertschi and C. Locke. Bielefeld, Germany: Transcript Verlag, pp. 149-160.
- Fortunati, L. (2005c) "The mobile phone, the principle of fusion and the constructing of the double of the world". Paper presented at the workshop "Mobile Communication & the Network Society", Rutgers University, New Brunswick, NJ, USA, May 21.
- Fortunati, L. (2005d) "The mediatization of the net and the internetization of the mass media". In Gazette. The International Journal for Communication Studies, 67 (1), 27-44.
- Fortunati, L. (2005) 'Mobile Phones and Fashion in Post-Modernity', Telektronikk 3.
- Fortunati, L. (2007) 'Understanding the Mobile Phone Design', in Pertierra, R. (Ed.) The Social Construction and Usage of Communication Technologies: European and Asian Experiences, University of the Philippines Press, Quezon City, pp.20-47.

---

FOSIS (2004) "Manejo Social del Riesgo", Santiago, LOM.

Foucault, M. (1991) "Saber y verdad". Madrid, La Piqueta, 1991, pág. 128.

Franquet, Rosa y Prado, Emili (1998) "Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución" en Zer (4), Bilbao: EHU/UPV, p. 15-40

Franquet, Rosa (1999) "Comunicar en la Sociedad de la Información" en Zer (7). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Franquet, Rosa (2003) "Escenarios de consumo en el entorno doméstico" en N. López et C. Peñafiel (coords.): La evolución del sector audiovisual. Modos de producción cambiantes y nuevas tecnologías. Madrid, Fragua.

Franquet, Rosa & Larrègola, Gemma (1999) "Comunicar a l'Era Digital: I Congrés Internacional", Barcelona: Societat Catalana de Comunicació.

Freire, J. (2007) "De los natives a las brechas digitales: Más allá de los mitos de la edad y del acceso" nomada.blogs.com

Frissen, V. (1997) "ICTs in the Rush Hour of Life: Acceptance, Use and Meaning of ICTs in Busy Households". Paper presented to the 'Beyond Infrastructure' Conference, University of Antwerp, September, 1997.

Frissen, V. and Brants, K. (2003) "Inclusion and Exclusion in the Information Society" Holand, University of Amsterdam (ASCoR) and (TNO Strategy, Technology and Policy)

Fulk, J. (1993) 'Social Construction of Communication Technology', Academy of Management Journal 36(5): 921-50.

FUNDAAC (2008) "Informe anual barómetro de la comunicación y cultura. Audicencia medios de comunicación y consumo cultural en Cataluña" www.fundaac.org (online, agosto, 2008)

Fundación Auna. (2003) «El futuro del acceso a Internet: ¿3G o WiFi?» Serie Análisis y Prospectiva. Enero de 2003, Madrid.

Fundación Auna. (2004) «Las alternativas en el futuro de la telefonía móvil». Serie Análisis y Prospectiva. Enero de 2004, Madrid.

Fundación Auna. (2005a) "Informe e-España 2005". Fundación Auna. Madrid.

Fundación Vofadone España. (2007) "TIC y dependencia" publicado en red.es

Fundación BBVA (2008) "Informe anual sobre TICS en España" www.bbva.es (online, agosto, 2008)

Gadamer, H.G. (1975) "Truth and Method". London: Sheed and Ward.

Galperin, H. and Girard, B. (2005) "Microtelcos in Latin America. In Information technology and poverty alleviation: Perspectives from Latin America and the Caribbean", edited by H. Galperin and J. Mariscal. Ottawa: IDRC. Garbacz, Christopher, and Herbert.

Galbraith (1967) "El Nuevo Estado Industrial", Barcelona, Taurus.

---

García Canclini, N. (1995) "Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización". Buenos Aires, Grijalbo.

García Canclini, N. (2007) "Lectores, espectadores e internautas", Barcelona, Editorial Gedisa S.A.

García Canclini, Néstor (1999) "La globalización imaginada". Buenos Aires, Paidós.

García H. C. et al. (2002) "El celular en la sociedad Chilena", Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Sociología TIC-ISUC.

García-Montes, J.M. and Carretero, M.J. (2000) 'La psicología social de la telefonía móvil' (Social Psychology of Mobile Telephones), in B. Caballero, M.T. Méndez and J. Pastor (eds) La mirada psicosocial: grupos, procesos, lenguajes y culturas. Madrid: Biblioteca Nueva.

García-Montes, Caballero-Muñoz, J. M., D., & Pérez-Álvarez, M. (2006) "Changes in the self resulting from the use of mobile phones". *Media, Culture & Society*, 28(1), 67-82.

Garfinkel, H. (2002) "Ethnomethodology's Program". Rowman & Littlefield.

Garland, J-M., and Lobet-Maris, C. (2003) "Appropriation of TICs by Elderly People: A Complex Process", in Haddon, L., Mante-Meijer, E., Sapio, B., Kommenon, K-H, Fortunati, L., and Kant, A. (eds) *The Good, the Bad and the Irrelevant: The User and the Future of Information and Communication Technologies*, Conference Proceedings, 1<sup>st</sup>-3<sup>rd</sup>, September, Helsinki.

Gartner (2008) "Mobile phone sales Will Exceed One Billion in 2009" publicado en [http://www.gartner.com/press\\_releases/asset\\_132473\\_11.html](http://www.gartner.com/press_releases/asset_132473_11.html) (online, julio, 2008)

Garnham, Nicholas (1990a) "Capitalism and communication: global culture and the economics of information". London, Sage.

Garnham, Nicholas (1990b) "Incógnitas planteadas para el futuro: la convergencia de telecomunicaciones y radiodifusión", en *Telos* nº21 (marzo-mayo). Madrid, Fundesco, pp. 9-10.

Garnham, Nicholas (2000) "La Sociedad de la Información como Ideología: una crítica", en *Desafíos de la Sociedad de la Información en América Latina y Europa*. Santiago de Chile. LOM/UNICOM

Geertz, Clifford (1981) "La Interpretación de las culturas". Barcelona, Gedisa.

Generalitat de Catalunya. Secretaría para la Sociedad de la Información (2000) *Estadísticas de la Sociedad de la Información Cataluña 2000-2008*, [http://www.gencat.es/csi/cat/documents/estadistiques/documents/estadistiques\\_2000.htm](http://www.gencat.es/csi/cat/documents/estadistiques/documents/estadistiques_2000.htm)

Generalitat de Catalunya. (2002) "Llibre blanc de la gent gran amb dependència. Repensar l'atenció a la gent gran amb dependència: 45 propostes de millora i 10 recomanacions". Barcelona: Departament de Benestar Social

- Gergen, K.J. (1992) "El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo (The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life)". Barcelona: Paidós. (First published 1991.)
- Gergen, K. J. (2002) 'The challenge of absent presence'. In J. E. Katz & M. Aakhus (Eds) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* Cambridge University Press, Cambridge, MA, pp. 227-241.
- Geser, H. (2003) "Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone", Swiss Online Publications in Social Sciences, [http://socio.ch/mobile/t\\_geser1.htm](http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm). (Online: Junio, 2008)
- Geser, H. (2005) 'Is the Cell Phone Undermining the Social Order? Understanding Mobile Technology from a Sociological Perspective, in Glotz, P., Bertschi, S. and Locke, C. (eds.) *Thumb Culture. The Meaning of Mobile Phones in Society*, Transcript, Bielefeld, pp.23-36.
- Giannetti, Claudia (2002) "Estética digital", Barcelona, L'Angelot.
- Gibson, Williams (1984) "Neuromante", USA, Minotauro Colección.
- Giddens, A., Turner J. y otros. (1987) "La teoría social hoy". Madrid, Alianza Editorial.
- Giddens, A. (1990) "Consecuencias de la modernidad". Madrid. Alianza Universidad.
- Gil Juárez, A. y Feliu i Samuel-Lajeunesse, J. (2003) "Consum de les TIC per part dels joves en espais públics i privats de lleure". Informe final 1ª fase investigación JovenTIC/CIIMU. [Disponible en <http://portal.uoc.edu/west/media/F-306-574.pdf> (Online: Mayo, 2008)
- Gil Juárez, A. y Feliu i Samuel-Lajeunesse, J. (2003) « Consum de les TIC per part dels joves en espais públics i privats de lleure ». Informe científic 1ª fase recerca JovenTIC. <http://portal.uoc.edu/west/media/F-306-574.pdf> . (Online: Mayo, 2008)
- Gil Juárez, A. y Feliu i Samuel-Lajeunesse, J. (2003) "El consumo de las TIC: características afectivo-psicosociales de la Sociedad de la Información". *Encuentros en Psicología Social*, 1(3), 7-10. (Online: Mayo, 2008)
- Gil Juárez, A. (2005) "Nuevas Tecnologías de Relación". Ponencia presentada al IX Congreso de Psicología Social. A Coruña, 20-23 de Septiembre de 2005. [Disponible en <http://portal.uoc.edu/west/media/F-306-591.pdf> (Online: Mayo, 2008).
- Giménez, G. (1999) "La importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales" en *Pensar las Ciencias Sociales Hoy*. Guadalajara, México, ITESO.
- Glaser B.G. y Strauss A.L. (1967) "The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research". Aldine Publishing Company, New York.
- Glaser, B. (1998) "Doing Grounded Theory". Sociology Press. California.
- Glotz, P., Bertschi, S. & Locke, C. (2005) "Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society Transaction Publishers". New Brunswick, NJ.
- Goffman, Erving (1980) "El orden de la interacción Los momentos y sus hombres". Barcelona, Paidós.

---

Goggin, G. (2006) "Cell phone culture : mobile technology in everyday life". New York, NY: Routledge.

Goggin, G. (2006b) "Mobile Media and Ethnography". Paper presented at the International Association for Media and Communication Research Conference, American University in Cairo, Egypt, 23–29 July.

Gomà, R. i Subirats, J. (2002) "Noves tendències en la formació i posada en pràctica de polítiques socials per a les persones grans a Europa", a *Barcelona Societat*, 11, p. 38-48.

Gordon, J. (2002) 'The Mobile Phone. An Artefact of Popular Culture and a Tool of the Public Sphere', *Convergence* 8(3): 15–26.

Gordon, J. (2007) "The mobile phone and the public sphere: Mobile phone usage in three critical situations". *Convergence* 13 (3):307-319.

Graham, Gordon (2001) "Internet, Una investigación filosófica". Cátedra Universitat de Valencia, Frónesis.

Gray, A. (2003) "Research Practice For Cultural Studies". Sage, London

Grossberg.L (1992) "Cultural Studies", Routledge, Copyrighted Material.

GSM (2008) "GSM world, Statistics", publicado en <http://www.gsmworld.com/news/statistics/index.shtml> (online, julio, 2008)

Gunkel, D. (2003) "Second Thoughts: Toward a critique of the Digital Divide" en "New Media & Society", 5, 4, pp. 449-522.

Gutiérrez, E. et al. (2006) "Adulter mayor, Contexto + Subtexto" Observatorio Social, Envejecimiento Vejez, Chile.

Gutiérrez, L. (1996) "Paradigmas cuantitativo y cualitativo en la investigación socio-educativa". *Proyecciones y reflexiones. Revista PARADIGMA. Volumen XIV al XVII.*

Gutiérrez, L. y Dennis, L. (1996) "La investigación etnográfica: experiencias de su aplicación en el aula". *Revista PARADIGMA. Volumen XIV al XVII.*

Gutiérrez, A. (2003) "Alfabetización Digital". Barcelona, Gedisa.

Habermas J. (1988) "La lógica de las ciencias sociales", Madrid, Ed. Tecnos.

Haddon, L. and Silverstone, R. (1996) "Information and Communication Technologies and the Young Elderly." University of Sussex, Brighton.

Haddon, L. (1998) "The Experience of the Mobile Phone". Paper presented to the XIV World Congress of Sociology, 'Social Knowledge: Heritage, Challenges, Prospects', Montreal, July 26th-August

Haddon, L. (2000) "The Social Consequences of Mobile Telephony: Framing Questions". Paper presented at the seminar 'Sosiale Konsekvenser av Mobiltelefoni', organised by Telenor, 16th June, 2000, Oslo.

Haddon, L. (2000) 'Social Exclusion and Information and Communication Technologies: Lessons from Studies of Single Parents and the Young Elderly', *New Media and Society*, Vol.2, No.4.

Haddon, L. (2001) "Domestication and Mobile Telephone" in *Machines that Become us: The social context of personal communication technology*, edit by katz J New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.  
<http://members.aol.com/leshaddon/Domestication.html>

Haddon, L. (2003) 'Domestication and Mobile Telephony', in Katz, J. (Ed) *Machines that Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey, pp.43-56.

Hall, Stuart. (1996) "Questions of cultural identity"; edited by Stuart Hall and Paul Du Gay: London, Sage.

Hammersley, M., & Atkinson, P. (1995) "Ethnography, Principles in Practice, 2<sup>nd</sup> edition". London: Routledge.

Hamill, L. and Lasén, A. (eds.) (2005) "Mobile World. Past, Present and Future". Springer.

Hannam, K., Sheller, M., and Urry, J. (2006) "Editorial: Mobilities, immobilities and moorings". *Mobilities* 1(1):1-22.

Hargittai, E. (2002) "The second-level digital divide: Differences in people's online skills. *First Monday: Peer-Reviewed Journal on the Internet*, 7(4). Retrieved August 31, 2004, from [http://firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai/](http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/)

Hargittai, E., (2003) "The digital divide and what to do about it". In D. C. Jones (Ed.), *The new economy handbook*. San Diego, CA: Academic Press.

Hargittai, Esther (2004) "How Wide a Web? Social Inequality in the Digital Age". Ph.D. Dissertation, Princeton, NJ, Princeton University, Sociology Department.

Hernández Sampieri, Roberto (1995) "Metodología de la Investigación". México, Mc Graw Hill.

Hine, C. (2001) "Virtual Ethnography". Sage, London.

Hine, C. (ed.) (2005) "Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet". Berg, Oxford

Horst, H., and Miller, D. (2006) "The cell phone, An anthropology of communication". London: Berg.

Humphreys, L. (2003) "Can you hear me now? A field study of cellphone usage in public space". 62f. MA Thesis. (Mestrado em Tecnologia e Cultura), Annenberg Escola de Comunicação, Universidade da Pensilvânia, Filadélfia, 2003

Humphreys, L. (2005) 'Cellphones in Public: Social Interactions in a Wireless Era,' *New Media and Society* 7(6): 810-833.

Humphreys, L. (2006). Out with My Mobile: Exploring social coordination in urban environments. Vodafone's Receiver magazine. (Accessible at <http://www.receiver.vodafone.com/16/articles/index01.html>) (online, Julio, 2008)

Husserl, Edmund (1999) "Fenomenología". Barcelona, Edicions 62.

Ibáñez, Jesús (1979) "Más allá de la Sociología". Madrid, Editorial Siglo XXI.

ICM research (2007) "Business Mobile phone sector" [www.icmresearch.co.uk](http://www.icmresearch.co.uk) (online, Agosto, 2008)

IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya) (1998-2008) "Projeccions de població de Catalunya 2010-2030". Barcelona: Generalitat de Catalunya (<http://www.idescat.net/Cataleg/?tc=c&idp=62>)

IDESCAT (2006) "Enquesta de Condicions de Vida i Hàbits de la Població". Barcelona: Generalitat de Catalunya

IDESCAT (2006-2008) "Estadísticas Generales de la Comunidad Autónoma de Cataluña". Barcelona, GENCAT

Iglesias De Ussel, J. (2001) "La soledad en las personas mayores: influencias personales, familiares y sociales. Análisis Cualitativo", Observatorio de personas mayores, Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.

In-Stat (2008) "Move to Mobile ATSC M&H Services" publicado en <http://www.instat.com/pr.asp> (online, julio, 2008)

IMERSO (2000/2004/2006) "Informe Personas Mayores en España" Portal Mayores, Colección Documentos, Serie Documentos Estadísticos, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

INE (2005/2006) "Encuesta de Condiciones de Vida", INEBASE, [www.ine.es](http://www.ine.es)

INE (1998/2007) "Encuesta Continua de Presupuestos Familiares" INEBASE, [www.ine.es](http://www.ine.es)

INE (2004/2007) "Encuesta sobre Equipamientos y Uso de la Información y Comunicación en los hogares", INEBASE [www.ine.es](http://www.ine.es)

Innis, H. (1972) "Empire and communications". Toronto: University of Toronto Press.

International Telecommunication Union (2007) "ICT Statistics". Consulted Marzo 10, 2008, from <http://www.itu.int/itu-d/ict/statistics/>.

Institut Català del Consum (1999) "Enquesta sobre la gent gran i els consumidors: Barcelona, juny-juliol de 1999". Barcelona (Pulsímetre)

Instituto de Estadísticas de Barcelona (2006) "Guía estadística, Barcelona y ámbitos territoriales en cifras" Noviembre 2006, Ajuntament de Barcelona.

Instituto d'Estadística de Catalunya (2004-2007) "Transporte y comunicación en Catalunya" ([www.gencat.es/dursi](http://www.gencat.es/dursi))

Ishii, K. (2006) 'Implications of Mobility: The Uses of Personal Communication Media in Everyday Life', *Journal of Communication* 56(2): 346-65.



---

Ito, Mizuko (2005) "Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life". Edited by Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Misa Matsuda. Cambridge: MIT Press.

Ito, M., & Okabe, D. (2005) "Intimate connections: Contextualizing Japanese youth and mobile messaging". In R. Harper, L. Palen & A. Taylor (Eds.), *The inside text* (pp. 127-145) Dordrecht, The Netherlands: Springer.

Jakobson, R. (1984) "Ensayos de Lingüística General". Barcelona: Ariel.

Jung, J-Y, Qiu, J. and Kim, Y-C. (2000) "Internet Connectedness and Inequality: Beyond the Divide", paper for the Communication Technology and Communication Program, Annenberg School for Communication, University of California

Katz, Claudio (2001) "Mito y realidad de la revolución informática", mimeo, en Portal EPTIC, Textos para Discussao II, [www.eptic.he.com.br](http://www.eptic.he.com.br)

Katz, J.E. (1999) "Connections". *Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Katz, J.E. and M.A. Aakhus (2002) 'Conclusion: Making Meaning of Mobiles – a Theory of Apparatchgeist,' in J. Katz and M. Aakhus (eds.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, pp. 301-18. Cambridge: Cambridge University Press.

Katz, J.E. & Aakhus M. (Eds.) (2002) "Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance". Cambridge, UK & New York: Cambridge University Press.

Katz, J.E. Sugiyama, S. (2002) "Fashion and Mobile Phones". Paper presented at the International Communication Association Annual Meeting, Seoul, Korea, July 21.

Katz, J.E. (2003) "A Nation of Ghosts? Choreography of Mobile Communication in Public Spaces". In: Nyiri, K (ed.) *Mobile Democracy. Essays on Society, Self and Politics*. Wien, Passagen Verlag, 21–32.

Katz, J.E. (2004) "Imagining the Mobile Phone: Co-construction of a Consuming Technology". Proceedings of the Conference 'Mobile Communication and Social Change, October 18-19, Seoul, Korea.

Katz, J.E. (2005) "Magic in the Air: Spiritual and Transcendental Uses of the Mobile". Proceedings of the conference 'Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age', Budapest, 28th -30th April.

Katz, J.E. (2005) 'Mobile Communications and the Transformation of Everyday Life: The Next Phase of Research on Mobiles' , in Glotz, P., Bertschi, S. and Locke, C. (eds.) *Thumb Culture. The Meaning of Mobile Phones in Society*, Transcript, Bielefeld, pp.171-82.

Katz, J.E. and Sugiyama, S. (2005) 'Mobile Phones as Fashion Statements: The Co-Creation of Mobile Communication's Public Meanings', in Ling, R. and Pedersen, P. (eds) *Mobile Communications: Renegotiation of the Social Sphere*, Springer, London, pp.63-82.

LaRose, R. and Mettler, J. (1990) "Social and Anti-Social Uses of the Telephone: An Exploration of Social Learning Explanations of Personal Telephone Behaviour". Paper

---

presented at a meeting of the International Communication Association, Dublin, Ireland, 28<sup>th</sup> June.

Leigh, Andrew and Atkinson, Robert (2001) "Clear Thinking on the Digital Divide." Progressive Policy Institute, Washington D.C. [www.ppionline.org](http://www.ppionline.org)

Lasén, A. (2000) "A contratiempo". Un estudio de las temporalidades juveniles, Madrid, CIS.

Lasén, A. (2004) "A Comparative Study of Mobile Phone Use in Public Places in London, Madrid and Paris", report for the Digital World Research Centre. <http://www.surrey.ac.uk/Publications/Index.htm> (online, Enero 2008)

Lasén, A. (2004) "Affective Mobile Phones: An Insight into how Mobile Phones Mediate Emotions based on Fieldwork carried out in London, Madrid and Paris", paper for the 5th Wireless World Conference 'Managing Wireless Communications, 15th-16th July.

Lasén, A. (2005) "History repeating? A comparison of the launch and uses of fixed and mobile phones". In *Mobile world. Past, present, future*, ds. L. Hammill, and A. Lasén, pp. 29-60. New York: Springer.

Lasén, A. (2005<sup>a</sup>) "Understanding Mobile Phone Users And Usage". Newbury, Vodafone Group R&D:

Lasén, A. (2006) "The Social as Mobility: Uses and Presence of Mobile Phones" *Política y Sociedad*, 2006, Vol. 43 Núm. 2: 153-167

Lasica, J. Daniel (2007) "The Mobile Generation: Global Transformations at the Cellular Level: A Report of the Fifteenth Annual Aspen Institute Roundtable on Information Technology", Washington, D.C.: Aspen Institute.

Latour, B. and Woolgar, S. (1979) "Laboratory life: The social construction of scientific facts". London: Sage.

Latour, B. (1992) "Ciencia en Acción". Barcelona, Labor.

Latour, B. (2003) "Nunca hemos sido modernos: ensayo de antropología simétrica". Madrid, Debate.

Latour, B. (2005) "Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory", Oxford: Oxford University Press.

Levinson, P. (2005). *Cellphone: The Story of the World's Most Mobile Medium and How It Has Transformed Everything!* NY, NY: Palgrave Macmillan.

Levinson, P. (2006) 'The Little Big Blender: How the Cellphone Integrates the Digital and the Physical, Everywhere' in *The Cellphone Reader*, Eds. Anandam Kavoori & Noah Archeneaux, New York: Peter Lang, pp. 9-19.

Lèvy, Pierre (1999) "¿Qué es lo virtual?", Barcelona, Paidós Multimedia.

Licoppe, C. (2003) "Two Modes of Maintaining Interpersonal Relations Through Telephone: From the Domestic to the Mobile Phone". In J. E. Katz (Ed.), *Machines that Become Us. The Social Context of Personal Communication Technology*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.

- Licoppe, C. and Smoreda, Z (2005) 'Are Social Networks Technologically Embedded? How Networks are Changing Today with Changes in Communication Technologies', *Social Networks*, No.27, pp.317-35.
- Ling, R. and Yttri, B. (2002) "Hyper-Coordination via Mobile Phones in Norway'", in Katz, J. and Aakhus, M. (eds) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge University Press, Cambridge, pp.139-69.
- Ling, R. (2002) "The Social Juxtaposition of Mobile Telephone Conversations and Public Spaces", paper for the 'Social Consequences of Mobile Telephones', Chunchon, Korea, 13-15 July 2002.
- Ling, R. and Haddon, L. (2003) 'Mobile Telephony, Mobility and the Coordination of Everyday Life', in Katz, J. (Ed) *Machines that Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey, pp.245-66.
- Ling, R. (2004) "The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society". San Francisco, CA: Morgan Kaufman Publishers.
- Ling, R. and Pedersen, P. (Eds) (2005) "Mobile Communications: Re-Negotiation of the Public Sphere", Springer, London
- Lipovetsky, G. (1990) "La era del vacío". Barcelona. Anagrama.
- Livingstone, S. (1992/1994) "The meaning of domestic technologies: A personal construct analysis of familial gender relations". In R. Silverstone and E. Hirsch, (Eds.), *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces* (pp. 113-130) London: Routledge.
- Llobet, M. (2005) « Consum de les TIC per part dels joves en espais públics i privats de lleure ». Informe final 2 ° fase. [document en línia] [fecha de consulta: 26/10/2006]. <http://portal.uoc.edu/west/media/F-306-5 86.pdf> .
- Lloyd, C. (2007) 'The Cultural Connect: Mobile Phone Use and Identity', in Goggin, G. and Hjorth, L. (eds) *Proceedings of the Conference Mobile Media 2007*, Sydney, 2<sup>nd</sup>-4<sup>th</sup> July, pp.67-75.
- Lobet-Maris, C. (2003) 'Mobile Phone Tribes: Youth and Social Identity,' in L. Fortunati, J. Katz and R. Riccini (eds.) *Mediating the Human Body: Technology, Communication, and Fashion*, pp. 87-92. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Lobet-Maris, C y Galand, J.M. (2004) "Seniors and ICT's: a Sense of Wisdom", *Communications & Strategies*, no. 53, 1st quarter 2004, p. 87
- López Aranguren, Eduardo (2005) "Problemas sociales. Desigualdad, pobreza, exclusión social". Madrid, Biblioteca Nueva.
- Lorente, S. (2002) "Juventud y teléfonos móviles: Algo más que una moda," *Revista de Estudios de Juventud*, number 57 (June)
- Luhmann, Niklas. (1996) "Introducción a la teoría de sistemas". México, Ediciones Universidad Iberoamericana.
- Lull, J. (1990) "Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audience". Routledge, Londres.

- 
- Lull, J. (2000) "Media, Communication and Culture: A Global Approach". N.Y. USA, Columbia University Press.
- Lull, J. (1992a) "La estructuración de las audiencias masivas", in Diálogos de la comunicación [en línea], núm.32
- Liotard, J.F. (1994) "La condición postmoderna". Madrid: Cátedra.
- MacKenzie, D. & Wajcman, J. (1985/2002) "Introductory essay: The social shaping of technology". In D. MacKenzie and J. Wajcman, (Eds.), The social shaping of technology (pp. 3-27) Buckingham: Open University Press.
- Marcus, G. (1998) "Ethnography Through Thick and Thin". Princeton University Press, Princeton.
- Marcus, G. (2001) "Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal" *Alteridades*, México, 11 (22) 111-127.
- Martín Barbero, Jesús (1987) "De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía". Barcelona, Gustavo Gili.
- Martín M.V. (2006) "Jóvenes, identidad y telefonía móvil: algunos ejes de reflexión", ponencia III Congreso Online, Observatorio para la Cibersociedad, Disponible en <http://www.cibersociedad.net> (online, Enero 2008).
- Martín-Barbero, J. (2004) "Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura". Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Mata, María Cristina (1997) "Públicos y consumos culturales", Argentina, Centro de Estudios Avanzados.
- Mattelart, A. (1998) "Los paraísos de la comunicación" en "internet, el mundo que llega", Ignacio Ramonet (ed.). Madrid. Alianza Editorial.
- Mattelart, Armand (1993) "La Comunicación Mundo". Madrid, Fundesco.
- Mattelart, Armand (2002a) "Premisas y contenidos ideológicos de la sociedad de la información", en Vidal Beneyto, José (comp.), La ventana global, Madrid, Taurus.
- Mattelart, Armand (2002b) "Historia de la sociedad de la información". Barcelona, Paidós.
- May, H. and Hearn, G. (2005) 'The Mobile Phone as Media', *International Journal of Cultural Studies*, Vol.8, No.2, pp.195-211.
- McChesney, Robert (2002) "Economía política de los medios y las industrias de información en un mundo globalizado", en Vidal Beneyto, José (comp.), La ventana global, Madrid, Taurus.
- McGuigan, J. (2005) "Towards a sociology of the mobile phone". *Human Technology* 1(1):45-57.

- McGuire, F. y Tedrick, R. (2000) "Envejecer en el país de Ulises. Desarrollo humano y ocio". En M. Cuenca (Ed) Ocio y desarrollo humano (pp. 165-171) Bilbao: Universidad de Deusto
- McKemey, K., Scott, N., Souter, D., Afullo, T., Kibombo, R. and Sakyi-Dawson, O. (2007) "Innovative demand models for telecommunications services" Final technical report. Gamos, Ltd.
- McLuhan, M. (1994) "Understanding Media: The Extensions of Man". Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- McQuail, D. (1992) "La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público". -- Buenos Aires: Amorrortu, cop.1992
- Meyrowitz, J. (1985) "No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour". New York, Oxford University Press
- Meza Cascante, L. (2002) " Metodología de la investigación educativa: Posibilidades de integración" Comunicación, año/vol. 12, número 001 Instituto Tecnológico de Costa Rica Cartago, Costa Rica pp. 1-13
- Miège, Bernard (1987) "The logics at work in the new cultural industries", en Media, Culture and Society, SAGE, London, Vol. 9 (3), p. 273-289.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994) "Qualitative Data Analysis: An expanded sourcebook (2nd edition)". London: Sage
- Mitrea, O.S. (2006) "Understanding the mobile telephony usage Patterns -the rise of the mobile communication "dispositif"", Universität Darmstadt, D 17 Darmstädter Dissertationen
- Mobile Life (2006) "The Mobile Life Youth Report 2006. The Impact of the Mobile Phone on the Lives of Young People" <http://www.mobilelife2006.co.uk>
- Morley, D., & Robbins, K. (1995) "Spaces of Identity" Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries. New York: Routledge.
- Moura, M. A. & Maciel Mantovani, C. (2005) "Fluxos informacionais e agregação just-in-time: interações sociais mediadas pelo celular" Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 6. Temática Variada. Disponible en <http://www.cibersociedad.net>. Acessado em fevereiro de 2005.
- Muñoz Márquez, L (2002) "Las personas mayores ante las tecnologías de la información y la comunicación. Estudio valorativo" "Profesorado, revista de currículum y formación del profesorado, 6 (1-2)
- Murua, I. (2006) "Un estudio de caso sobre el fenómeno de la participación pasiva", comunicación presentada al encuentro "La educación en entornos virtuales: calidad y Efectividad en el e-learning" HABE (Organismo Autónomo del Gobierno Vasco)
- Myers, D. (2006) 'Signs, Symbols, Games, and Play', Games and Culture 1(1): 47-51.
- Myerson, G. (2001) "Heidegger, Habermans and the mobile phone". United Kingdom: Icon Books,.
- Neveu, Erik (2006) "¿una sociedad de comunicación?". Santiago de Chile, Editorial LOM.

---

Newman, A. (2003) 'View: The future of mobile phones?' InfoSync World, April 10, 2003.

NIELSEN MOBILE (2008) "Your connection to the mobile consumer", [www.nielsenmobile.com](http://www.nielsenmobile.com) (online, Agosto, 2008)

Nilsson, A., Nuldén, U. and Olsson, D. (2001) 'Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications', *Convergence*, Vol.7, No.1, pp.34-8

Nora, Simon y Minc, Alain (1978) "La informatización de la sociedad". México, Fondo de Cultura Económica.

NTIA (2000) "Falling through the net: toward digital inclusion". <http://search.ntia.doc.gov/pdf/fttn00.pdf>

Nyíri, K. (Ed.) (2005) "A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile" Communication, Passagen Verlag, Vienna.

Nyaki, Catherine (2002) "ICT and Poverty: A Literature Review". International Development Research Center- IDCR, 58 pp. Disponible en <http://network.idrc.ca/uploads/user-S/10541291550ICTPovertyBiblio.doc>

Observatori Social Barcelona (2006) "Evolució i tendències de les llars, les famílies i les persones a la ciutat de Barcelona", Comissió de Cultura, Educació i Benestar social de l'Ajuntament de Barcelona.

Observatori de la Societat de la informació (2004) "Encuesta a los hogares sobre equipamiento y usos de las tecnologías de la información y la comunicación en catalunya, Dic/2004" ([www.gencat.es/dursi](http://www.gencat.es/dursi))

OCU, Organización de Consumidores y Usuarios (2008) "Calidad de vida tras la Jubilación", Informe semestral Marzo 2008.

Orozco Gómez, G. (1996) "La investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa". Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.

Ortiz Alonso, T. (2000) "La Psicología de la vejez". *Revista Multidisciplinar de Gerontología*. (10), 2, 74-81.

Osorio, P. (1998) "La Jubilación y sus implicancias socioculturales", trabajo publicado en las Actas del 3er Congreso Chileno de Antropología.

Palen, L. (2002) "Mobile telephony in a connected life." *Communications of the ACM* 45:78 - 82.

Paragas, F. (2003) 'Being Mobile with the Mobile: Cellular Telephony and Renegotiations of Public Transport as Public Sphere', paper presented at the Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere Conference, Grimstad, 22-24 June.

Pavón, F. y Ruiz, A. (2000) "Las Personas Mayores y la Sociedad de la Información: ¿Inclusión o exclusión social?". En Valenzuela, E. y Alcalá, E. (Eds.): *El Aprendizaje de las Personas Mayores ante los retos del nuevo milenio*. Dykinson. Madrid. (163-196)

Pellegrino G. (2006) "From Technological Mediation to Mediatization of Mobility: The Rise of a Mobile Information Society". *Atti del convegno "3rd On line Congress "Open Knowledge Free Society"*, Observatory for Cybersociety,

- 
- Pérez L., (1996) "Las necesidades de las personas mayores. Vejez, economía y Sociedad" (1ª ed. ) Barcelona: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales
- Pérez- Alvarez, M. (1996) "Tratamientos psicológicos (Psychological Treatments)". Madrid: Universitas.
- Pérez Díaz, J. (2002) "La feminització de la vellesa", a Revista Catalana de Sociologia, 16, p. 27-54.
- Pérez Díaz, J. (2003c) "¿Cómo ha mejorado tanto la vejez en España?", a II Jornadas sobre Políticas Demográficas y de Población. CEDDAR. Zaragoza: Gobierno de Aragón, p. 81-107.
- Pérez Díaz, J. (2005) "Consecuencias sociales del envejecimiento demográfico", a Papeles de Economía, 104, p. 210-226.
- Pérez Díaz, J. Miret Gamundi, Pau i Ajenjo Cosp, Marc (2008) "La gent gran a la població de Catalunya" en "Condiciones de vida y desigualdad en Catalunya, 2001-2005", Fundación Jaume Bofill, 2008.
- Pertierra, R. (2005) 'Mobile Phones, Identity and Discursive Intimacy', Human Technology, Vol.1, No.1, pp.23-44.
- PEW (2008) "Mobile access to data and information, Internet and mobile phone", Internet American Life Project [www.pew.org](http://www.pew.org) (online, Agosto, 2008)
- Pichon Riviere, Enrique (1985) "Teoría del vínculo". Buenos Aires, Editorial Nueva Visión.
- Piscitelli, A. (1995) "Ciberculturas". Ed Paidós.
- Pla Vargas, Ll. (2006) "Cultura post-filosófica y sociedad de consumo" Papeles de filosofía, Vol. 25, Nº 1, 2006 , pags. 29-58
- Plant, S. (2000) "On the Mobile. The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life". <http://www.motorola.com/mot/documents/0,1028,333,00.pdf>
- Poveda, R. (2005) "Introducción A Las Nuevas Tecnologías Y Metodología Del Proyecto Modula" en en "Los productos de la vida diaria: Mejorar la calidad de vida" Jornadas técnicas, IMSERSO e Instituto de Biomecánica de Valencia
- Prado, E., Franquet, R., Ribes, X., Soto, M.T., & Fernández Quijada, D. (2006) "Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió". Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya [[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/estudis\\_recerca/tvi.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/tvi.pdf)]. (Online, Mayo, 2008)
- Puro, J.-P. (2002) Finland: A mobile culture. In J. E. Katz & M. Aakhus (Eds.) Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance (pp. 19-29) Cambridge, UK & New York: Cambridge University Press.
- Putman, R. D. (2000) "The Strange Disappearance of Civic Life in America", American Prospect, 24, pp. 34-46.

Quéau, Philippe (2002) "La sociedad de la información y el bien público mundial", en Vidal Beneyto, José (comp.), *La ventana global*. Madrid, Taurus, pp. 195-208.

Raban, Yoel (2004) "e-Living. TICS Uptake and Usage: Panel Data Analysis, The e-Living Consortium", IST, <http://www.eurescom.de/e-living>.

Rainie, L., & Keeter, S. (2006) "Cell phone use. Project data memo from Pew Internet & American Life Project" [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Cell\\_phone\\_study.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Cell_phone_study.pdf) (Online, mayo, 2008).

Ramonet, Ignacio (1998), "El pensamiento único", en *le Monde Diplomatique* edición española, pensamiento crítico vs. pensamiento único, temas de debate, Madrid.

RED.es (2007) "TIC y dependencia" Estudio de Opinión, RED.es y Fundación Vodafone España.

RED.es (2008) "Ciudadanía móvil", Plan Avanza, [www.red.es](http://www.red.es)

RED.es (2004/2008) "Oleadas, lasTICs en los hogares españoles" [www.red.es](http://www.red.es)

Reich, R. (1991) "The Work of Nations, Preparing Ourselves for. 21st. Century Capitalism" New York, Vintage Books.

Rheingold, H. (2004) "Multitudes inteligentes. La próxima revolución social". Barcelona, Gedisa.

Rice, R. and Katz, J. (2003) 'Comparing Internet and Mobile Phone Usage: Digital Divides of Usage, Adoption and Dropouts', *Telecommunications Policy*, N0.27, pp.8-9.

Riera, J.M. (2005) "Contra la Tercera Edad, por una sociedad para todas las edades" , Editorial Icaria.

Rifkin, J. (2000) "The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience". New York: J.P. Tarcher/Putnam.

Rivière, C. (2005) "Seeing and Writing on a Mobile Phone: New Forms of Sociability in Interpersonal Communications". In *Proceedings of Communications in the 21st Century: The Mobile Information Society: Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age*, Budapest, Hungary, April 28-30.

Robin W. and Edge, D. (1996) "The social shaping of technology", *Research Policy* Vol. 25, (1996) pp. 856-899

Rodríguez Ruiz O. (2005) "La Triangulación como Estrategia de Investigación en Ciencias Sociales" *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología*.

Rogers, E. M. (1995) "Diffusion of innovations". New York: Free Press.

Rogers, E. (2001) "The Digital Divide", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 7, No. 4, 96-111.

Roos JP (1993) "Postmodernity and Mobile Communications" ESA Helsinki Conference New Technologies and New Visions, Session D Thursday 31. August 9-10.30



Roos, J. P. (1993) «Sociology of cellular telephone: The Nordic model (300.000 Yuppies? Mobiles phones in Finland)», *Telecommunications policy*, vol. 17, Nr 6,

Ruggiero, T.E. (2000) "Uses and gratifications theory in the 21st Century". *Mass Communication and society* 3 pp. 3-37.

Ryle, Gilbert. (1968) "Psicología de la motivación". Buenos Aires, Piados.

Saffo, P. (2006) "Cyber-Nomads: a functional taxonomy of mobile users". *The Economist*, 10/04/2008.

Sampedro, V. (2005) "13-M: Multitudes on-line". Catarata, Madrid.

Sánchez-Criado, T. y Blanco, F. (2005) (Ed.) "Cultura, Tecnociencia y Conocimiento: El reto constructivista de los Estudios de la Ciencia". AIBR. *Revista de Antropología Iberoamericana*. Número Especial (Noviembre-Diciembre)

Sánchez-Criado, T. (2006) "La Teoría del Actor Red".  
[<http://www.aibr.org/socios/tomassanchezcriado/inv/ANT.pdf> (Online, Mayo 2007)

Sarlé, P. (2005) "El análisis cualitativo: un ejemplo de empleo del MCC (método comparativo constante)". Primera parte. En *Infancia en Red*. Proyecto Margarita

Sartori, Laura (2006) "Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali". Italia, Il Mulino, Universale Paperbacks.

Satchell, C. y Supriya, S. (2005) "The Mobile Phone as the Globalizing Icon of the Early 21st Century", RMIT University/Smart Internet Technology Cooperative Research Centre, Australia.

Schiller, Herbert (1996) "Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America". London, Routledge.

Seguí Dolz, J. Bona Beuvois, Y., Ribas Tur, M., Sanz Porras, J., Gil Juárez, A., Vall-Llovera Llobet, M. y Feliu i Samuel-Lajeunesse, J. (2005) "Tecnologías de relación: Jóvenes y TICs. Un modelo a/efectivo a seguir en el ciberespacio". Sabucedo Camaselle, J.M., Romay Martínez, J. y López Cortón A. (comps.), *Psicología Política, Cultura, Inmigración y Comunicación Social*. Madrid: Biblioteca Nueva, 339-345.

Seguí Dolz, J. y Gil Juárez, A. (2006) "Teléfonos móviles: ¿Ángeles o Demonios? Reflexiones para un análisis Psicosocial desde la noción de Tecnologías de Relación". III Congreso ONLINE - Observatorio para la Cbersociedad. Conocimiento abierto.

Seguí Dolz, J. (2006) "Perdidas para encontrarse. Usando el móvil para todo", Gil Juárez, A. y Vall-Llovera Llobet, M. (coords.), *Jóvenes en Cibercafés: la dimensión física del futuro virtual*. Barcelona: Editorial UOC, 235-262.

Seguí Dolz, J. (2006) "Teléfonos móviles, consumo y calidad de vida: co-constructores de identidad y comunidad en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Aproximación crítica desde la Psicología social". *Suinario de Investigación Doctorado Cultura, Sociedad y Comunicación digital* Universitat Oberta de Catalunya/Internet Interdisciplinary Institute (UOC/IN3) Sin publicar.

Selwyn, N. (2005) "An Immobile Minority? A Study of Middle-Class Non-Users of Mobile Phones", paper for the First European Communication Conference, Amsterdam, 24<sup>th</sup>-26<sup>th</sup> November

---

Sheller M, y Urry J. (2006) "The new mobilities paradigm" *Environment and Planning A* 38(2) 207 – 226

Sherry, J. (2001) «Running and grimacing: the struggle for balance in mobile work», en: Brown B., Geen N.

Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.) (1992) "Consuming technologies: Media and information in domestic spaces". London: Routledge.

Silverstone, R. & Haddon, L. (1996) "Design and the domestication of information and communication technologies: Technical change and everyday life". In R.Marshell and R. Silverstong (eds.), *Communication design: The politics of Information and Communication Technology* (pp. 44-74) Oxford: Oxford University Press.

Silverstone, R. (2005) "Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept", in Hartmann, M., Berker, T., Punie, Y. and Ward, K. J. (eds.) *Domestication of Media and Technology*, Maidenhead: Open University Press.

Síndic de Greuges de Catalunya (2004) "Informe extraordinari. L'Atenció a la Gent Gran Dependent a Catalunya". Barcelona.

Sintes, E. y Riba, A.R. (2004) "Condiciones de vida y hábitos de la gent gran de la provincia de Barcelona", Institut D'Estudis Regionals i Metropolitans, Diputació de Barcelona, Monografía 5.

Smoreda, Z and Licoppe, C. (1998) "Gender Specific Use of the Telephone: the Impacts of Sociability Networks and Status Mediated Interactions". Paper presented to the XIV World Congress of Sociology, 'Social Knowledge: Heritage, Challenges, Prospects', Montreal, 26<sup>th</sup> July-1<sup>st</sup> August.

Spitulnik, D. (1993) "Anthropology and Mass Media", *Annual Review of Anthropology* No. 22, pp. 293-315.

Srivastava, L. (2005) 'Mobile Phones and the Evolution of Social Behaviour', *Behaviour and Information Technology*, 24, pp.111-29.

Strauss, A. y Corbin, J. (1998) "Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory" (second ed.), Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Sugiyama, S. (2003) "Social Conduct, Social Capital and the Mobile Phone in the US and Japan: A Preliminary Exploration via Student Surveys", in Nyíri, K. (Ed.) *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Passagen Verlag, Vienna, pp.375-86.

Sugiyama, S. (2005) "*Fashion and the Visual Image. The Mobile Phone among Japanese Youths*", Proceedings of the conference "Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age", Budapest, 28<sup>th</sup> -30<sup>th</sup> April, 2005

Taylor, A. (2005) 'Phone-Talk', in Ling, R. and Pedersen, P. (eds) *Mobile Communications: Renegotiation of the Social Sphere*, Springer, London, pp.149-66.

Taylor, S.J. y Bogdam, R. (1984) "Introducción a los métodos cualitativos de investigación". Buenos Aires, Paidós, Studio Básica.

- Telecom & Media (2008) "World mobile phone", Informe sobre la penetración del teléfono móvil, publicado en <http://www.telecomsmedia.com> (online, Junio, 2008)
- Telefónica. (2000-2007) "La sociedad de la información en España. Presente y perspectivas". Madrid: Fundación Telefónica.
- The cocktail Analysis (2008) "Usos del teléfono móvil en España" [www.tcanalysis.com](http://www.tcanalysis.com) (online, Agosto, 2008)
- The Phone House (2008) "¿ un barómetro, tendencias y hábitos de consumo sobre telefonía móvil en España" disponible en [www.phonehouse.es](http://www.phonehouse.es) (online, agosto, 2008)
- Thomas and S Wyatt (2000) 'Access is not the only problem: using and controlling the Internet' in S Wyatt, F Henwood, N Miller and P Senker (eds) *Technology and In/equality: Questioning the Information Society* London: Routledge (pp.21-45)
- TNS España (2007) "estudio GTI - Global Technology Insight" [www.tns-global.es](http://www.tns-global.es) (online, Agosto, 2008)
- Toffler, Alvin (1980) "La tercera ola". Barcelona, Plaza y Janès.
- Torres López, J. (1990) "Tecnologías de la información: impactos y usos sociales". Málaga: Servicio de Publicaciones (Universidad de Málaga)
- Touraine, Alain (2005) "Un nuevo Paradigma para comprender el mundo de hoy". Barcelona, Paidós.
- Townsend, M. A. (2000) "Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism. *Journal of Urban Technology* 7 (2), pp. 85-104.
- Triadó, C. y Villar, F. (1999) "Teorías implícitas del cambio evolutivo en diferentes cohortes: representación de pérdidas y ganancias en la adultez". *Infancia y Aprendizaje*, 86, 73-90.
- Trinidad Requena, A. (2005) "La realidad económica y social de las personas mayores", Editorial Colección Tablero.
- Truch, A. (2004) "Exploring the implications for social identity of the new sociology of the mobile phone". *The Global and Local in Mobile Communication: Places, Images, People, and Connections*, Submitted for section 4: Mobile Communication and the New Intimacy, Centre for the Study of Mobile, Technology, and Culture (UK)
- UOC (2002/2007) "La Sociedad red en Cataluña", informes de la escuela, administración pública, Barcelona, [In3\(www.uoc.edu/pic\)](http://www.uoc.edu/pic)
- Ureta, S. (2006) "Machines for living in. Communication technologies and everyday life in times of urban transformation" PhD thesis. London: London School of Economics.
- Ureta, S. (2004) "The Immobile Mobility: Time, Space and Mobile Phone Use among Low-Income Families in Santiago". Chile, paper for the 5th Wireless World Conference 'Managing Wireless Communications, 15th-16th July.
- Ureta, S (2008) "To Move or Not to Move? Social Exclusion, Accessibility and Daily Mobility among the Low-income Population in Santiago". *Chile Mobilities*, Volume 3, Issue 2 July 2008 , pages 269 - 289

- 
- Urry, J. (2000) "Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first Century". London: Routledge.
- Urry, J. (2005) «The Complexities of the Global». *Theory, Culture and Society*, n.º 22(5), págs. 235-254.
- Urry, J. (2002) "Mobility and Proximity", in *Sociology*, vol. 36, no. 2, pp. 255-274. At [www.its.leeds.ac.uk/projects/mobilenetworks/](http://www.its.leeds.ac.uk/projects/mobilenetworks/), retrieved October 2005.
- Vacas Aguilar, Francisco (2007) "Teléfonos móviles: la nueva ventana para la comunicación integral". Madrid, Creaciones Copyright
- Valles, M. (2005) "Metodología y tecnología cualitativas: actualización de un debate, desde la mirada más atenta en la obra de Barney G. Glaser" Departamento Sociología IV Universidad Complutense de Madrid.
- Van Dijk, J. and Hacker, Kenneth (2003) "The digital divide as a complex and dynamic phenomenon". *The information society*, 19: 315-326.
- Van Dijk, Jan (1999, 2006) "The Network Society, Social aspects of new media", Londres, Sage publications.
- Van Dijk, Jan (2005), "The Deepening Divide, Inequality in the Information Society", Londres, Sage Publications.
- Vásquez Rocca, A. (2008) "Modernidad líquida y fragilidad humana" de Zygmunt Bauman a Sloterdijk en *Revista Almiar* - nº 38 (febrero - marzo 2008)
- Vattimo, G. (1990/1994) "Postmodernidad: ¿una sociedad transparente?". En Vattimo, G. et al., *En torno a la postmodernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Vázquez Sixto, F. (1997) "Objetivos y medios en la investigación psicosocial". *Unitat de Psicologia Social*. Universitat Autònoma de Barcelona (policopiado)
- VERIZON WIRELESS (2008) "Informe anual Internet móvil" [www.verizonwireless.com](http://www.verizonwireless.com) (online, Junio, 2008)
- Vidal Jiménez, R. (2005) "Comunicación, temporalidad y dinámica cultural en el nuevo capitalismo disciplinario de redes", *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 7. Temática Variada. Disponible en <http://www.cibersociedad.net>
- Villar F. (2001) "¿Tiene sentido la formación en la vejez? Las nuevas tecnologías como ejemplo paradigmático". *Comunic y Pedagog*; 173:57-62.
- Villar, F. y Herrero, O. (2001) "Personas mayores y formación en nuevas tecnologías: actitudes y rendimiento". En Rodríguez Illera, J.L.; Escofet, A.; Gros, B.; Quintana, J. y Rubio, M.J. (Eds.) *Multimedia Educativo 2001*. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació, Universitat de Barcelona (publicació en CD-Rom)
- Villar, F. y Herrero, O. (2005) "Personas mayores y formación en TICs, actitudes y rendimiento" Universidad Rovira i Virgili Universidad de Barcelona
- Vincent, J. (2003) "Emotions and mobile phones," In: K. Nyíri (editor) *Mobile democracy: Essays on society, self, and politics*. Vienna: Passagen, pp. 215-224.

- Vivas, P., Ribera-Fumaz, R. (2007) «Ciudades, movilidad y tecnologías: hacia la Barcelona móvil». En: "Ciudades en la sociedad de la información". UOC Papers. Nº. 5. UOC.
- Warschauer, M. (2002) "Reconceptualizing the digital divide". London, First Monday.
- Warschauer, M. (2003a) "Technology and equity: A comparative study". Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association, Chicago, April, 2003.
- Warschauer, M. (2003b) "Technology and social inclusion: Rethinking the digital divide". Cambridge: MIT Press.
- Wellman, B. (1999) "Networks in the global village: Life in contemporary communities". Oxford: Westview.
- Wellman, B. and A. Hall (1986) "Social networks and social support: implications for later life." in *Later life: The social psychology of aging*, edited by V. W. Marshall. Beverly Hills: Sage.
- Wellman, B. (2001b) "Physical place and cyberspace: The rise of personalized networking". *International Journal of Urban and Regional Research* 25(2):227-252.
- Williams, Raymond (1994) "Sociología de la cultura". Barcelona, Paidós.
- Wolton, Dominique (2000) "Internet, ¿y después?". Barcelona. Gedisa.
- Woolgar, S. (Ed.) (2002) "Virtual Society?: Technology, Cyberbole, Reality". Oxford: Oxford University Press.
- Woolgar, S. (1996) "Technologies as cultural artefacts", en: W. Dutton (ed.) *Information and Communication Technologies: Visions and Realities*, 8 -102, Oxford University Press.
- Wyatt, S., F. Henwood, N. Miller and P. Senker (eds.) (2000) "Technology and In/equality. Questioning the information society". London, Routledge.
- Wyatt, Sally (2008) "Feminism, technology and the information society: Learning from the past, imagining the future Information", *Communication & Society* 11 (1): 111-30. (peer rev)
- Wyatt, Sally, and B. Balmer (2007) "Home on the range: What and where is the middle in science and technology studies?" *Science, Technology & Human Values* 32 (6): 619-26.
- Wyatt, Sally, and B. Balmer (2007) "Middle Range Theories in Science and Technology Studies". *Science, Technology & Human Values* 32 (6). ISSN: 0162-2439. (Guest editors of special issue)
- Yoigo (2008) "Estudio de telefonía móvil, las verdades verdaderas del móvil", publicado en [www.yoigo.es](http://www.yoigo.es) (online, agosto, 2008)

## ANEXOS

### GENERACIONES DE LA TELEFONÍA MÓVIL

En 1876 un acontecimiento suscitó la atención del público, se inventaba el teléfono. En 1973 otro acontecimiento producía interés entre los ciudadanos, Martin Cooper, de Motorola, sostenía la primera comunicación telefónica móvil a través de un aparato que pesaba cerca de un kilo.

La historia del teléfono móvil comienza de esta manera. En enero de 1979, la FCC (Federal Communications Commission) de Estados Unidos autorizó a la Compañía AT&T para desarrollar un sistema celular piloto en el área de Chicago, naciendo el sistema celular conocido como AMPS (*Advanced Mobile Phone System*). Por otro lado, la compañía ARTS (*American Radio Telephone Service, Inc.*) recibía autorización para poner en marcha un sistema celular en el área de Washington, D.C. y Baltimore. Finalmente, en octubre de 1983, entró en funcionamiento el primer sistema comercial dentro de los Estados Unidos en la ciudad de Chicago. Mientras que el primer sistema público de telefonía móvil, es decir, que cualquier persona con suficiente dinero podía contratar, empezó a funcionar en 1945 en San Luís (Missouri-EEUU), ciudad que contó con la primera antena de telefonía móvil del mundo (Souza, 2007; red.es, 2008).

El concepto de teléfono "celular", como se conoce al teléfono móvil en varias partes del mundo, nace en el año 1947, cuando los laboratorios Bell presentaron el concepto "celular", el que permitiría la reutilización de las frecuencias (a través de numerosas estaciones base de baja potencia, cada una de las cuales proporciona servicio a una pequeña zona de cobertura denominada célula) y, por tanto, la posibilidad de su uso masivo. Treinta años más tarde se desarrolla la técnica que permite el paso de célula a célula (red.es, 2008).

---

El sistema AMPS se convirtió en el estándar americano y sirvió de base para los sistemas analógicos de telefonía celular europeos que surgieron a continuación. Paralelamente, en otros países también se empezaron a desarrollar sistemas de telefonía inalámbrica. En Japón, por ejemplo, la NTT (*Nippon Telegraph and Telephone Corp.*) desarrolló un sistema de telefonía móvil similar al AMPS en la banda de los 800-900 MHz. El japonés fue el primer sistema celular comercial en el mundo al introducirse en 1979 en el área de Tokio. En Inglaterra, en junio de 1982, el gobierno anunció un sistema celular conocido como TACS (*Total Access Communications System*). En los países escandinavos (Dinamarca, Noruega, Suecia y Finlandia) en cooperación con Arabia Saudita y España, fue desarrollado un sistema conocido como NMT (*Nordic Mobile Telephone*). En resumen, los sistemas celulares más utilizados de esa primera época fueron el AMPS, TACS, NMT y NTT (Souza, 2007; red.es, 2008).

Una de las características de los sistemas de telefonía móvil es su clasificación en "Generaciones". La 1ª Generación eran unos sistemas basados en tecnología analógica que operaban en las bandas de 450 y 900 MHz. El estándar utilizado definía solamente el protocolo de acceso radio entre una estación móvil y la estación base. El servicio de telefonía móvil analógica proporciona algunas facilidades básicas, como el buzón de voz, ocultación de identidad, llamada en espera, retención y desvío de llamadas, entre otros (red.es, 2008).

Los sistemas de telefonía móvil celular de 2ª Generación se basan en tecnologías de acceso digital, que permiten mayor calidad de servicio y más facilidades que las ofrecidas por la tecnología móvil analógica, como transmisión de fax y datos a baja velocidad, agenda electrónica, control de consumo, servicio de mensajes cortos de texto (SMS) y de correo electrónico, ocultación del número llamante, restricción de llamadas, servicio de itinerancia y terminación, etc. La relación entre el cliente y el operador se realiza a través de una tarjeta personal (SIM), activada mediante un número de identificación personal (PIN), que permite realizar o recibir llamadas desde cualquier Terminal en el que se inserte la misma, algo que no era posible con

---

los de la generación anterior. Mediante las tecnologías digitales se ofrecen una amplia variedad de servicios de mensajería, de datos, internacionales, de facturación y control del gasto y servicios especiales (red.es, 2008).

En la evolución de las redes de 2G hacia las de 3G, aparece la 2.5 Generación GPRS (*General Packet Radio Service*), que es una tecnología que funciona en el entorno de la telefonía móvil digital y que permite a la misma persona utilizar simultáneamente varios canales. Para ello se utilizan técnicas de empaquetado de la información con las que se consiguen velocidades efectivas de transmisión de datos hasta cuatro veces superiores a los 14,4 kbps que soporta un solo canal, además la eficiencia de las comunicaciones es mucho mayor, pues no es necesaria la ocupación continua de los canales de comunicaciones de forma permanente y exclusiva. Esta tecnología utiliza la misma infraestructura de comunicaciones de GSM y puede ser ofrecida por los operadores adjudicatarios de estas licencias (red.es, 2008).

El sistema de comunicaciones móviles de tercera generación (3G) está siendo desarrollado en un marco definido por la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones) con objeto de darle carácter universal. Los dos estándares principales son el UMTS (*Universal Mobile Telecommunications System*), que se está implantando, básicamente, en Europa y Japón, y el cdma2000, que lo está siendo en los Estados Unidos. Esta tecnología permite ofrecer de manera directa, además de voz y datos, imágenes, gráficos, comunicaciones de vídeo y otras informaciones multimedia. Se introduce el concepto de movilidad de los servicios, además de la movilidad del Terminal y personal. La 3G evoluciona para integrar todos los servicios ofrecidos por las distintas tecnologías y redes actuales, utilizando cualquier tipo de Terminal, sea un teléfono fijo, inalámbrico o celular, tanto en un ámbito profesional como doméstico, ofreciendo una mayor calidad de los servicios y soportando la personalización por el cliente y los servicios multimedia móviles en tiempo real. Los servicios de 3G combinan el acceso móvil de alta velocidad con los servicios basados en Internet, pudiéndose además realizar múltiples conexiones simultáneamente desde un mismo Terminal móvil.



El sistema UMTS es la tercera generación de servicios móviles de telefonía. La nueva tecnología móvil provee, a través de un nuevo Terminal, no sólo la comunicación por voz, sino el intercambio de datos e imágenes a unas velocidades muy elevadas. Los sistemas de telefonía móvil de 2G son diversos e incompatibles entre sí, como suele ocurrir en muchos otros ámbitos de la tecnología. El estándar UMTS es un intento de terminar con esta situación, aportando el enrutamiento mundial entre países y con sistemas de segunda generación. UMTS permitirá disponer de una amplia gama de servicios con la convergencia móvil-Internet como son el correo electrónico, el acceso a Internet y el visionado de contenidos multimedia. UMTS es un estándar de la UIT, basado en las redes GSM y GPRS, que forma parte de los sistemas de la familia de IMT-2000 (*Internacional Mobile Telecommunications-2000*) para la definición de los sistemas móviles de tercera generación. A finales de 1998, se creó un proyecto conjunto para la 3G de móviles denominado 3GPP (*3rd Generation Partnership Project*) uno de cuyos principales miembros es el ETSI (*European Telecommunications Standards Institute*). La velocidad de transferencia de datos especificada por la UIT va desde los 144 kbps para terminales localizados en vehículos que circulan a gran velocidad, hasta los 2 Mbps para los que están en interiores de edificios, pasando por 384 kbps para aquellos situados en el extrarradio o en vehículos circulando a baja velocidad. Con la evolución de UMTS, se llega a HSPA (*High Speed Packet Access*), que ya ofrece velocidades superiores, comparables a la del ADSL cableado, y ya se está trabajando en la cuarta generación, 4G.

La tecnología móvil 3.9G (conocida también como Super 3G), es una tecnología intermediaria previa a 4G, que se espera llegue al mercado en el año 2009. Con esta se podrán obtener grandes cantidades de datos (llegando a 100 Mbps) con solo modificar las redes 3G actuales. La ventaja de utilizar esta tecnología sobre 4G (prevista para 2010), radica en que no es necesario crear y construir una nueva red, porque utiliza como base la actual red 3G.

El estándar de la 4G, desarrollado por 3GPP, evoluciona la parte radio y el núcleo de red de UMTS en lo que se denomina LTE/SAE (*Long-Term Evolution/System Architecture Evolution*). Con estos sistemas se alcanzarán

---

velocidades que permitirán un ancho de banda superior al que hoy en día se consigue con el ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) o el cable, mejorando las capacidades tanto de *hardware* como del *software* del teléfono (red.es, 2008).

La tendencia es mejorar el rendimiento de las redes para la transmisión de datos. De esta manera podemos encontrar la High Speed Packet Access (HSPA), la que admite velocidades de hasta 14,4 Mbps en bajada y 2 Mbps en subida; la High Speed Downlink Packet Access (HSDPA) admite de momento hasta 3,6 Mbps de bajada y 384 kbps de subida y el High Speed Uplink Packet Access (HSUPA) con 7,2 Mbps en bajada y 2 Mbps en subida (red.es, 2008).

Los servicios móviles presentan unas características peculiares, entre los que esta su Accesibilidad, sin limitaciones en el tiempo o en el espacio para utilizar los servicios; Conveniencia, se empaquetan servicios (teléfono, agenda...) y se realizan las operaciones dónde y cuándo se quiere, y también cuando se puede; Inmediatez, sin retrasos entre el impulso y el acto; Localización, al estar la persona localizada en un lugar geográfico en cada momento, las operadoras móviles pueden proceder a una segmentación geográfica y espacial de servicios y contenidos. Personalización, los servicios y los terminales son adaptables a las necesidades y gustos de las usuarias y los usuarios. Ubicuidad, permiten la comunicación y la ejecución de transacciones en tiempo real y en cualquier lugar (red.es, 2008).

Desde la primera llamada de voz hasta hoy, los servicios, funciones y aplicaciones que un teléfono móvil ofrece parece no tener límites. Acceso a Intranet corporativas, correo electrónico, contactos, agenda, etc.; certificados electrónicos almacenado en el SIM, certificado electrónicos descargados en el propio teléfono, lectores de tarjetas criptográficas que permitan utilizar el DNI electrónico, etc.; geolocalización, posicionamiento de sensores; medio de pago; descarga de juegos, interactividad desde el propio Terminal; radio, audio video, televisión a la carta siendo el servicio de mensajería (SMS o MMS) el canal de retorno; Voz sobre IP, infrarrojos, bluetooth y WIFI.

Esta evolución y la constante y continua innovación en las comunicaciones móviles han implicado que los teléfonos móviles sufran permanentes transformaciones. Para muchas personas las características físicas es una de las principales dificultades para su uso, ya que la tendencia es que cada vez sean más pequeños, que concentren cada vez más funciones, extendiendo las opciones del Menú, disminuyendo el tamaño de la pantalla y el tamaño de las teclas, dificultando con ello la posibilidad de escribir texto. También la duración de la batería es un problema, no es posible salir de casa por un par de días sin portar el cargador, ya que dada las altas funciones ello implica un consumo de energía elevado; además, en ocasiones, la inestabilidad de la conexión es un inconveniente, ya que al estar funcionando, en un mismo tiempo y de manera simultánea, diversas aplicaciones obliga a reiniciar los equipos.

El gran atractivo estético que tienen los móviles, las nuevas funcionalidades y el mejoramiento de las aplicaciones que ofrecen son las principales razones porque los usuarios sustituyen sus aparatos (Gartner, 2007). Al revisar los manuales de uso de diferentes dispositivos se constata que las primeras páginas están dedicadas a explicar el funcionamiento de la transmisión de datos, de cómo escuchar música, de cómo sacar fotos y grabar videos; mientras que en sus últimas indicaciones está cómo hacer y recibir una llamada. Tan sólo en el año 2007 se vendieron 600 millones de terminales equipados con cámara fotográfica (Gartner, 2008).

## **LA TELEFONÍA MÓVIL EN ESPAÑA**

Hasta el año 2003, España contó con dos sistemas analógicos diferentes. Inicialmente Telefónica implantó el NMT y a principios de la década de los noventa se implantó el sistema TACS, bajo la marca Moviline. En el primer semestre del año 2004, se liberalizó el servicio de telefonía móvil con la concesión de dos licencias GSM, una a Telefónica Móviles y la otra a Airtel (ahora Vodafone), a quienes, en 1998, se uniría Amena (ahora Orange, tras comprarla France Telecom), con lo que empezó el amplio despliegue que actualmente ha alcanzado la telefonía móvil (red.es, 2008).

---

En 1995 se inició la guerra de la telefonía y el uso del móvil se popularizó. Telefónica inició la distribución de Movistar. En 1999 Amena introdujo el concepto de "libertad" ofreciendo terminales libres, el prepago y la tasación por segundos. Junto a esto, se comercializaron nuevos terminales, mucho más pequeños y se generaliza el uso de los SMS, donde los operadores encuentran una nueva y saneada vía de ingresos y aparece WAP (para acceso a Internet) aunque con poco éxito. En 1996 Telefónica alcanzó el "millón de clientes"; en 1999, la cifra llegaba a los 15 millones. A principios de 2008 son ya más de 50 millones (112% de penetración sobre la población), con cuatro operadores activos en el mercado: Telefónica Móviles, Vodafone, Orange (FT) y Yoigo (Xfera). A estos se suman casi una veintena de operadores virtuales (MVNO) que ofrecen el servicio utilizando la red de un tercero con su propio esquema de tarifas, en general reducido y muy simple (MÁSmovil, DiaMovil, Carrefour Móvil, Happy Móvil, ONO io; Fonyou.com, FlipaMovil, Euskaltel, (Viva Mobile), Telecable, British Telecom; Jazztel Móvil, Lebara, PepePhone, The House Phone, Hits Mobile (Nukkii), Bankinter, Euphony, Talkout, MundiMóvil, XL MOVIL, entre algunos). El UMTS se lanzó comercialmente durante el año 2004 y hoy lo utilizan varios millones de personas.

<b>Nro de Cuestionario:</b>			
-----------------------------	--	--	--

## USO DEL TELEFONO MOVIL EN PERSONAS MAYORES EN LA CIUDAD DE BARCELONA JUNIO DEL 2008

### PERFIL DEL ENTREVISTADO

NOMBRE: (Indique sólo sus iniciales)
--------------------------------------

CODIGO POSTAL:	BARRIO:
----------------	---------

POBLACIÓN:	CIUDAD:
------------	---------

PUNTO DE LA MUESTRA	EIXAMPLE	1	RAVAL	2	VERNEDA	3
---------------------	----------	---	-------	---	---------	---

EDAD:		Años cumplidos	GENERO:	1	FEMENINO	2
			MASCULINO			

¿ES USTED EL JEFE O JEFA DEL HOGAR?	SI	1	NO	2
-------------------------------------	----	---	----	---

¿TIENE TELEFONO FIJO EN SU CASA?	SI	1	NO	2
----------------------------------	----	---	----	---

¿ES USUARIO DE TELEFONO MÓVIL?	SI	1	NO	2
--------------------------------	----	---	----	---

M1	¿EL TELEFONO MOVIL QUE TIENE					
	LO COMPRÓ	1	ES PRESTADO	2	ES REGALADO	3

EN CASO QUE SU MOVIL SEA PRESTADO O REGALADO ¿Quién LO HIZO?
--

### SECCION I: DATOS DE LOS MIEMBROS DE HOGAR

SD1	Usted vive sólo o sola en su Hogar	SI	1	NO	2
-----	------------------------------------	----	---	----	---

SD2	¿Cuántas personas viven en su hogar? Indique el nº de personas incluida usted		
-----	---	--	--

SD3	De las personas que viven junto a Usted ¿Cuántas tienen teléfono móvil?		
-----	---	--	--

SD4	¿Sabe leer y escribir?	SI	1	NO	2
-----	------------------------	----	---	----	---

SD5	¿Hasta qué año o grado aprobó?
-----	--------------------------------

Ninguno	1
Preescolar	2
Primaria Incompleta	3
Primaria Completa	4
Secundaria Incompleta	5
Secundaria Completa	6
Técnica Incompleta	7
Técnica Completa	8
Universitaria Incompleta	9
Universitaria Completa	10
Maestría o Doctorado	11
No lo sé	12

SD6	En relación a su Estado Civil ¿Usted está?				
	Convive con su pareja	SI	1	NO	2
	Está separado (a)	SI	1	NO	2
	Está divorciado (a)	SI	1	NO	2
	Es viudo (a)	SI	1	NO	2
	Está casado (a)	SI	1	NO	2
	Está soltero (a)	SI	1	NO	2

SD7	Su vivienda actual es: <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	Propia y actualmente la está pagando	1
	Propia y ya está pagada	2
	Prestada	3
	Alquilada	4
	Ocupada	5
	Otro (especificar)	6

SD8	¿Dónde nació? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	En el municipio donde actualmente vive	1
	En otro municipio de Cataluña	2
	En otro municipio de España	3
	¿Dónde? _____	
En otro país	4	
¿Dónde? _____		

SD9	¿Cuál es su lengua? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	Catalán	1
	Castellano	2
	Ambas por igual	3
	Otra, especifique _____	4

**SECCION II: DIMENSIÓN TRABAJO**

ST1	¿Actualmente está Jubilado o Pensionado?	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

ST2	¿Hace cuántos años está Jubilado? años		
-----	---	--	--

ST3	En la actividad remunerada que realizaba antes de Jubilarse necesitó usar:				
	Ordenador PC	SI	1	NO	2
	Ordenador Portátil	SI	1	NO	2
	Internet	SI	1	NO	2
	Teléfono Móvil	SI	1	NO	2
	Correo electrónico	SI	1	NO	2
	No necesité usar ningún dispositivo tecnológico	SI	1	NO	2

ST4	Qué actividad remunerada realizaba antes de Jubilarse: <b>Marque sólo una alternativa</b>				
	Empleado				1
	Obrero				2
	Trabajador Independiente				3
	Trabaja por comisión				4
	Patrón o Empleador				5
	Otro				6

**SECCION III: DIMENSIÓN INGRESOS**

SI1	¿Actualmente los ingresos que recibe mensualmente son por su jubilación?	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

SI2	Los ingresos que recibe mensualmente están entre: Marque sólo una alternativa <b>Marque sólo una alternativa</b>				
	Menos de 150 €				1
	Entre 150 y 300 €				2
	Entre 300 y 500 €				3
	Entre 500 y 700 €				4
	Entre 700 y 1000 €				5
	Más de 1000 €				6

SI3	De su presupuesto mensual ¿qué <b>PORCENTAJE</b> de dinero le destina a los siguientes conceptos, marque con una cruz el casillero que crea pertinente							
		<b>Porcentaje %</b>						
		5%	10%	20%	30%	40%	50%	60%
	Alimentación (compra de víveres)							
	Vivienda (alquiler, hipoteca)							
	Equipamiento (muebles, electrodomésticos)							
	Vestuario							
Transporte								

Salud (remedios, cuidados personales)							
Pago de servicios (luz, agua, gas)							
Salir (cine, teatro, reuniones)							
Pago factura teléfono fijo							
Pago factura del teléfono móvil							

SI4	Usted considera que usar el teléfono móvil es						
	Un gasto	SI	1	NO	2		
	Una inversión	SI	1	NO	2		

### SECCION IV: DIMENSIÓN ACTIVIDADES

SA1	A continuación se presenta una lista con 21 actividades, marque con una cruz las <b>cinco</b> actividades que <b>MÁS</b> realiza y en el otro casillero marque las <b>cinco</b> actividades que <b>NUNCA</b> realiza						
						La que más realizo	La que nunca realizo
	1	Ver televisión					
	2	Ver videos y películas en DVD					
	3	Pasear					
	4	Escuchar radio					
	5	Escuchar música					
	6	Leer revistas y prensa					
	7	Leer libros					
	8	Ir a actividades para personas mayores					
	9	Salir a bares, restaurantes, salas de baile					
	10	Salir al cine					
	11	Salir al teatro, ópera, conciertos					
	12	Salir a museos, exposiciones o conferencias					
	13	Encontrarse con amigos y familiares					
	14	Jugar en el ordenador, consolas					
	15	Conversar con la gente de casa					
	16	Cuidar a los nietos					
	17	Asistir a partidos o competiciones deportivas					
	18	Practicar deporte o alguna actividad física					
	19	Hablar por el teléfono móvil					
	20	Asistir a actividades religiosas					
	21	Asistir a actividades de otras asociaciones					

SA2	Dispone de conexión de Internet en casa	SI	1	NO	2
-----	---	----	---	----	---

SA3	Usa Internet o el correo electrónico para mandar y recibir mails	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

SA4	En el caso que <b>SI</b> utiliza Internet y el correo electrónico ¿con qué frecuencia lo usa? <b>Marque sólo una alternativa</b>				
	Si, una vez al día				1
	Si, una a cuatro veces al día				2
	Si, una vez a la semana				3



	Si, una vez al mes	4
	Si, una vez al año	5
	Nunca	6

SA5	Cuándo accede a Internet lo hace: <b>Marqué sólo una alternativa</b>	
	Usted mismo, aplicando sus conocimientos	1
	Indirectamente, lo hace su nieto por Usted	2
	Indirectamente, lo hace su hijo(a) por Usted	3
	Indirectamente, lo hace su esposa o marido por Usted	4
	Indirectamente lo hace un amigo por usted	5
	Indirectamente, lo hace un instructor, profesor o monitor por Usted	6
	Indirectamente, lo hace el encargado del locutorio por Usted	7
	Otra forma de acceder, especifique_____	8

### SECCION V: USUARIOS DEL SERVICIO DE TELEFONIA MOVIL

TM1	Durante el último mes ¿ha usado el teléfono móvil para hacer o recibir llamadas?	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

TM2	Aproximadamente cuántas llamadas a través de su teléfono móvil <b>REALIZA</b> a la <b>semana</b> (indique el número de llamadas)				
-----	--	--	--	--	--

TM3	Aproximadamente cuántas llamadas a través de su teléfono móvil <b>RECIBE</b> a la <b>semana</b> (indique el número de llamadas)				
-----	---	--	--	--	--

TM4	Fundamentalmente para qué <b>USA</b> su teléfono móvil					
	1	Para avisar que llego tarde a algún sitio	SI	1	NO	2
	2	Para organizar mis actividades diarias	SI	1	NO	2
	3	Para realizar planes	SI	1	NO	2
	4	Para dar alguna información a mis contactos	SI	1	NO	2
	5	Para conversar distendidamente con amigos y familiares	SI	1	NO	2
	6	Para ponerme al día con amigos	SI	1	NO	2
	7	Para conversar de mis asuntos particulares	SI	1	NO	2
	8	Para saber cómo están mis amigos y familiares	SI	1	NO	2
	9	Para mostrar preocupación por los demás	SI	1	NO	2
	10	Para sentir más cerca a mis seres queridos	SI	1	NO	2

TM5	Cuáles fueron los principales motivos para <b>USAR</b> un teléfono móvil					
	1	Por razones de seguridad	SI	1	NO	2
	2	Para no sentirme tan solo	SI	1	NO	2
	3	Porque necesitaba tener más control sobre mi grupo familiar	SI	1	NO	2
	4	Porque todos mis amigos ya disponían de uno	SI	1	NO	2
	5	Porque nunca estoy en casa	SI	1	NO	2

	6	Porque necesitaba ajustarme a los nuevos tiempos	SI	1	NO	2
	7	Porque es una tecnología a la que puedo acceder con más facilidad que otras	SI	1	NO	2
	8	Porque necesitaba estar ubicable en todo momento	SI	1	NO	2
	9	Porque necesitaba contar con más autonomía e independencia	SI	1	NO	2
	10	Porque me di de baja de la línea fija de casa	SI	1	NO	2

TM6	¿Hace cuánto tiempo tiene su teléfono móvil, ya sea propio, prestado o regalado?	años			
-----	--	------	--	--	--

TM7	Desde que comenzó a <b>USAR</b> el teléfono móvil ¿cuántos aparatos ha tenido?		
-----	--	--	--

TM8	Le ha sido fácil <b>USAR</b> su teléfono móvil	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

TM9	¿Quién le <b>AYUDO A USAR</b> el teléfono móvil?				
	Su marido	SI	1	NO	2
	Su hijo	SI	1	NO	2
	Su nieto	SI	1	NO	2
	Asistió a algún taller sobre el uso del móvil	SI	1	NO	2
	El manual que viene con el móvil	SI	1	NO	2
	Sus amigos	SI	1	NO	2
	Por la TV y la radio	SI	1	NO	2
Nadie	SI	1	NO	2	

TM10	¿Qué aspecto o función de su teléfono móvil ha sido el que <b>más</b> problemas le ha dado?				
	Enviar mensajes de textos	SI	1	NO	2
	Leer los mensajes de texto que me envían	SI	1	NO	2
	Recibir llamadas de voz	SI	1	NO	2
	El tamaño del teclado	SI	1	NO	2
	El tamaño de la pantalla	SI	1	NO	2
	Los accesorios como una cámara de fotos	SI	1	NO	2
	Las opciones del Menú	SI	1	NO	2
	Guardar números de teléfono en la agenda	SI	1	NO	2
	Hacer llamadas de voz	SI	1	NO	2
	Las limitaciones por mis problemas de visión	SI	1	NO	2
	Las limitaciones por mis problemas motrices	SI	1	NO	2
	Las limitaciones por mis problemas de audición	SI	1	NO	2

TM11	El modelo de <b>SU</b> teléfono móvil es uno especialmente diseñado para las personas mayores	SI	1	NO	2
------	---	----	---	----	---

TM12	Le gusta el modelo de teléfono que tiene	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM13	Se siente cómodo con el teléfono móvil que tiene	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM14	Su teléfono móvil tiene un politono o una carcasa que lo diferencia del resto de los teléfonos móviles	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM15	Le gustaría tener otro modelo de teléfono móvil	SI	1	NO	2
------	---	----	---	----	---

TM16	En el caso que desee cambiar su teléfono móvil ¿por qué razón lo haría?				
	Por otro que refleje mejor mi estilo de vida	SI	1	NO	2
	Que tuviera el teclado más grande	SI	1	NO	2
	Que tuviera la pantalla más grande	SI	1	NO	2
	Que tuviera más accesorios como cámara de fotos y video	SI	1	NO	2
	Que tuviera más memoria	SI	1	NO	2
	Que fuera lo más novedoso y actual posible	SI	1	NO	2
Que tuviera tapa deslizante	SI	1	NO	2	

TM17	Qué sentiría usted si se le estropeara, se perdiera o le robaran su teléfono móvil, <b>Marque sólo una alternativa</b>				
	Tristeza				1
	Nada, lo reemplazaría por otro				2
	Aislado de mis vínculos y contactos				3
	Alivio				4

TM18	¿Qué tipo de plan tiene? <b>Marque sólo una opción</b>				
	Contrato				1
	Tarjeta de prepago				2
	No lo sé				3

TM19	Aproximadamente, Cuánto dinero gasta en su factura o en las tarjetas de prepago mensualmente €				
------	---	--	--	--	--

TM20	En el caso que otra persona pague su cuenta de teléfono móvil ¿quién lo hace? <b>Marque sólo una alternativa</b>				
	Su marido				1
	Su esposa				2
	Su hijo (a)				3
	Su yerno / nuera				4
	Otro familiar				5
	Un amigo				6
	Otro				7

TM21	Cuándo tiene un problema con el teléfono móvil ¿A quién es la primera persona a la que acude? <b>(Marqué sólo una alternativa)</b>				
	Su marido				1
	Su esposa				2
	Su hijo (a)				3
	Su yerno / nuera				4

Otro familiar	5
Un amigo	6
Se dirige a la tienda para que el comercial le ayude	7
Llama a un número de atención del cliente de su compañía	8
Otro	9

TM22	A continuación se indican una serie de posibles <b>USOS</b> que Usted realiza con su teléfono móvil, marque <b>CINCO</b> servicios que más usa:					
	1	Uso normal de llamadas de voz	SI	1	NO	2
	2	Envío de mensajes de texto SMS	SI	1	NO	2
	3	Agenda directorio	SI	1	NO	2
	4	Escuchar música MP3	SI	1	NO	2
	5	Cámara de fotos	SI	1	NO	2
	6	Calculadora	SI	1	NO	2
	7	Despertador	SI	1	NO	2
	8	Cámara de videos	SI	1	NO	2
	9	Mensajes multimedia	SI	1	NO	2
	10	Alarma	SI	1	NO	2
	11	Servicio control de gasto	SI	1	NO	2
	12	Aviso de llamadas	SI	1	NO	2
	13	Servicio consulta de saldo	SI	1	NO	2
	14	Melodías y tonos	SI	1	NO	2
	15	Buzón de voz	SI	1	NO	2
	16	Radio	SI	1	NO	2
	17	Servicio de recarga	SI	1	NO	2
	18	Desvío, bloqueo y llamadas en espera	SI	1	NO	2

TM23	Para controlar mejor su gasto del telefonía móvil Usted				
	Realiza llamadas perdidas para que se comunicaran con Usted	SI	1	NO	2
	Usa el teléfono sólo para recibir llamadas	SI	1	NO	2
	Hace llamadas sólo cuando las tarifas son más bajas	SI	1	NO	2
	Usa el teléfono mayormente para mensajes de texto	SI	1	NO	2

TM24	Cómo calificaría su satisfacción al usar su teléfono móvil. <b>Indique sólo una:</b>					
	Muy buena					1
	Buena					2
	Regular					3
	Mala					4
	Muy mala					5

TM25	En qué medida considera usted que <b>USAR</b> su telefonía móvil ha mejorado los siguientes aspectos de su vida						
		Nada	Poco	Algo	Mucho	No influye	
		1	2	3	4	5	
		Le permite estar siempre conectado	1	2	3	4	5
		Le permite comunicarse desde cualquier lugar	1	2	3	4	5
		Le permite mejorar su relación con la familia	1	2	3	4	5
	Le permite comunicarse en cualquier momento	1	2	3	4	5	
	Le permite comunicarse más con sus amigos	1	2	3	4	5	

	Le permite organizar mejor sus actividades diarias	1	2	3	4	5
	Le permite acceder a información y a los servicios públicos (Ayuntamiento, Generalitat)	1	2	3	4	5
	Le permite tener mayor Seguridad en su vida diaria	1	2	3	4	5
	Le permite tener un mayor Estatus y reconocimiento social	1	2	3	4	5
	Le permite mejorar su Calidad de vida en general	1	2	3	4	5
	Otros Especifique _____					

TM26	Cuántos números tiene guardados en la agenda o directorio de su teléfono móvil						
	Menos de 10 números			SI	1	NO	2
	Entre 10 y 30 números			SI	1	NO	2
	Entre 30 y 50 números			SI	1	NO	2
	Más de 50 números			SI	1	NO	2

TM27	Generalmente, desde qué sitio suele ocupar su teléfono móvil: <b>Marque sólo una alternativa</b>					
	Su casa					1
	En el transporte público (Autobús, tren, metro)					2
	La calle					3
	El centro social					4
	El bar					5
	Otros (Especifique) _____					6

TM28	De los números que tiene incluidos en su agenda o directorio ¿qué <b>PORCENTAJE</b> de ellos corresponden a los siguientes grupos de personas: Marque con una cruz la casilla que usted considere:							
		<b>Porcentaje %</b>						
		5%	10%	20%	40%	60%	80%	100%
	Números de Familiares que viven en casa junto a Usted							
	Números de Familiares que viven fuera de su casa							
	Números de sus amigos							
	Números de Servicios públicos (seguridad social, ayuntamiento, consultorio, biblioteca)							
	Números de emergencias							
	Números comerciales (farmacias, supermercados, tiendas, banco, peluquería)							
	Números de organizaciones sociales							
Otros								

TM29	Qué persona o personas son las que <b>más</b> conversan con Usted a través del teléfono móvil Marque con una cruz la casilla que usted considere:							
		<b>Porcentaje %</b>						
		5%	10%	20%	40%	60%	80%	100%
	Mis Familiares que viven en casa							
	Mis Familiares que viven fuera de su casa							
	Mis amigos							
	Los funcionarios de Servicios públicos (seguridad social, ayuntamiento, consultorio, biblioteca)							
	Personas ocasionales							
	Los comerciales que trabajan en farmacias, supermercados, tiendas, banco, peluquería...							
	Mis compañeros de actividades sociales							
Otros								

TM30	Aproximadamente cuántos SMS a través de su teléfono móvil <b>ENVÍA</b> a la semana (indique el número de SMS)			
------	---	--	--	--

TM31	Aproximadamente cuántos SMS a través de su teléfono móvil <b>RECIBE</b> a la semana (indique el número de SMS)			
------	--	--	--	--

TM32	En el caso que su teléfono móvil tenga cámara de fotos, suele sacar fotografías y <b>ENVIARLAS</b> a alguien	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM33	Fundamentalmente por qué <b>no RECIBE</b> o <b>ENVIA</b> mensajes de texto				
	Por lo complejo que es aprender a usar los SMS	SI	1	NO	2
	Mi móvil no permite usar SMS	SI	1	NO	2
	Ninguno de mis contactos los usa	SI	1	NO	2
	Nadie me envía mensajes de texto	SI	1	NO	2
	Mi móvil tiene las teclas muy pequeñas	SI	1	NO	2
	Tengo problemas de salud, específicamente de visión	SI	1	NO	2
	Tengo problemas de salud, específicamente motrices	SI	1	NO	2
	No sé escribir	SI	1	NO	2
	Otros, especifique	SI	1	NO	2

TM34	Desde que usa su teléfono móvil, Usted considera que			
		<b>Ha disminuido</b>	<b>Se ha mantenido</b>	<b>Dejó de usarlo</b>
	El uso del teléfono fijo en su casa	1	2	3
	El uso del teléfono público	1	2	3
	El uso del correo, de las cartas	1	2	3
	El uso del mail	1	2	3
	Los encuentros cara a cara	1	2	3

TM35	Respecto a la calidad ¿Cómo considera el servicio de telefonía móvil que recibe? <b>Marque solo una alternativa</b>		
	Pésimo		1
	Malo		2
	Aceptable		3
	Bueno		4
	Excelente		5

TM36	Mientras USTED. Habla por su móvil, ¿le importa que las personas que tiene cerca en ese momento se enteren de su conversación?	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM37	¿En qué sitio cree Usted que es más molesto usar el teléfono móvil? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	En el transporte público (autobús, tren, metro)	1
	En la casa	2
	En una reunión social	3
	En un restaurante	4
	En un hospital	5
	En el bar	6
	En un cine	7
	En otro sitio, especifique _____	8

TM38	Si suena su móvil y Usted está ocupado o está en un lugar dónde se prohíbe su uso ¿Qué hace? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	No contesta, deja que suene	1
	Lo apago de inmediato	2
	Lo pongo en modo silencio o vibrador	3
	Lo contesto y digo que estoy ocupado, que ya lo llamo	4
	Lo contesto y respondo tranquilamente	5
	Lo contesto y salgo del lugar	6

TM39	Usted percibe que desde que <b>USA</b> el teléfono móvil:				
	<b>A</b>	<b>SI</b>	<b>Igual que antes</b>	<b>SI</b>	<b>B</b>
	Depende más de los demás	1	3	2	Depende menos de los demás
	Presento más limitaciones	1	3	2	Presento menos limitaciones
	Dispongo de más información	1	3	2	Dispongo de menos información
	Tengo mayor confianza	1	3	2	Tengo menos confianza
	Tengo más independencia	1	3	2	Tengo menos independencia
	Tengo más libertad	1	3	2	Tengo menos libertad
	Tengo más autonomía	1	3	2	Tengo menos autonomía
	Tengo más intimidad	1	3	2	Tengo menos intimidad
	Tengo menos contactos cara a cara	1	3	2	Tengo más contactos cara a cara
	Estoy más ocupado	1	3	2	Estoy más desocupado

Más personas se meten en mi vida	1	3	2	Menos personas se meten en mi vida
Mi familia más me controla	1	3	2	Mi familia menos me controla
Tengo más opciones donde elegir	1	3	2	Tengo menos opciones donde elegir
Tengo más apoyo	1	3	2	Tengo menos apoyo
Tengo más amigos	1	3	2	Tengo menos amigos
Me siento más insegura	1	3	2	Me siento más segura
Recurso más a los servicios públicos	1	3	2	Recurso menos a los servicios públicos
Puedo alcanzar nuevos objetivos	1	3	2	Me limita para nuevos objetivos
Estoy satisfecho con mi estilo de vida	1	3	2	Estoy menos satisfecho con mi estilo de vida
Tengo más esperanza sobre mi futuro	1	3	2	Tengo menos esperanza sobre mi futuro
Tengo más autoestima	1	3	2	Tengo menos autoestima
Soy más expresivo	1	3	2	Soy menos expresivo
Soy más sociable	1	3	2	Soy más cerrado
Me siento más integrado	1	3	2	Me siento más aislado
Me siento más cercano	1	3	2	Me siento más distante
Cada vez dependo más del móvil	1	3	2	No tengo dependencia del móvil
Me hace la vida más fácil	1	3	2	Me hace la vida más compleja

TM40	El Uso del teléfono móvil le ha ayudado a comunicarse con personas de otros grupos de edad, que antes no lo hacía:			
		Si	No	No influye
	Niños/as, entre 0 y 12 años	1	2	3
	Adolescentes, entre 13 y 17 años	1	2	3
	Jóvenes, entre 18 y 29 años	1	2	3
	Adultos jóvenes, entre 30 y 35 años	1	2	3
	Adultos, entre 36 y 59 años	1	2	3
	Adultos mayores, entre 60 y más años	1	2	3

TM41	Usted percibe que desde que <b>USA</b> el teléfono móvil hay más gente dispuesta a conversar con <b>USTED</b> , que antes no lo hubiesen hecho	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM42	Usted cree que disponer de una buena calidad de vida	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

TM43	Usted cree que la <b>EDAD</b> es una barrera para que otros se comuniquen con Usted	SI	1	NO	2
------	---	----	---	----	---

TM44	Cuál diría Usted que es su mayor inconveniente de salud para utilizar el teléfono móvil				
	Problemas de visión	SI	1	NO	2
	Problemas de voz	SI	1	NO	2
	Problemas auditivos	SI	1	NO	2
	Problemas motrices	SI	1	NO	2
	Problemas de memoria	SI	1	NO	2
Otros problemas, especifique	SI	1	NO	2	

TM45	Según la imagen que proyecta desde que usa el teléfono móvil, Usted diría
------	---



	SI	NO	IGUAL
Ha mejorado mi imagen ante los demás	1	2	3
No me ven tan viejo	1	2	3
Hay cierto reconocimiento social	1	2	3
Me prestan más atención	1	2	3
He comprendido cosas de la sociedad actual	1	2	3
Me siento con cierto prestigio	1	2	3
Soy menos discriminado	1	2	3
Han disminuido los prejuicios sobre mi edad	1	2	3
Me ven conectada	1	2	3
Me ven más proclive al uso de las nuevas tecnologías	1	2	3

<b>Nro de Cuestionario:</b>			
-----------------------------	--	--	--

**NO USUARIOS DEL TELEFONO MOVIL  
 PERSONAS MAYORES  
 EN LA CIUDAD DE BARCELONA  
 JUNIO DEL 2008**

**PERFIL DEL ENTREVISTADO**

NOMBRE: (Indique sólo sus iniciales)
--------------------------------------

CODIGO POSTAL:	BARRIO:
----------------	---------

POBLACIÓN:	CIUDAD:
------------	---------

PUNTO DE LA MUESTRA	EIXAMPLE	1	RAVAL	2	VERNEDA	3
---------------------	----------	---	-------	---	---------	---

EDAD:		Años cumplidos	GENERO: MASCULINO	1	FEMENINO	2
-------	--	----------------	----------------------	---	----------	---

¿ES USTED EL JEFE O JEFA DEL HOGAR?	SI	1	NO	2
-------------------------------------	----	---	----	---

¿TIENE TELEFONO FIJO EN SU CASA?	SI	1	NO	2
----------------------------------	----	---	----	---

¿ES USUARIO DE TELEFONO MÓVIL?	SI	1	NO	2
--------------------------------	----	---	----	---

**SECCION I: DATOS DE LOS MIEMBROS DE HOGAR**

SD1	Usted vive sólo o sola en su Hogar	SI	1	NO	2
-----	------------------------------------	----	---	----	---

SD2	¿Cuántas personas viven en su hogar? <b>Indique el nº de personas incluida usted</b>		
-----	--	--	--

SD3	De las personas que viven junto a Usted ¿Cuántas tienen teléfono móvil?		
-----	---	--	--

SD4	¿Sabe leer y escribir?	SI	1	NO	2
-----	------------------------	----	---	----	---

SD5	¿Hasta qué año o grado aprobó?		
	Ninguno		1
	Preescolar		2
	Primaria Incompleta		3
	Primaria Completa		4
	Secundaria Incompleta		5
	Secundaria Completa		6

	Técnica Incompleta	7
	Técnica Completa	8
	Universitaria Incompleta	9
	Universitaria Completa	10
	Maestría o Doctorado	11
	No lo sé	12

SD6	En relación a su Estado Civil ¿Usted está?				
	Convive con su pareja	SI	1	NO	2
	Está separado (a)	SI	1	NO	2
	Está divorciado (a)	SI	1	NO	2
	Es viudo (a)	SI	1	NO	2
	Está casado (a)	SI	1	NO	2
	Está soltero (a)	SI	1	NO	2

SD7	Su vivienda actual es: <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	Propia y actualmente la está pagando	1
	Propia y ya está pagada	2
	Prestada	3
	Alquilada	4
	Ocupada	5
	Otro (especificar)	6

SD8	¿Dónde nació? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	En el municipio donde actualmente vive	1
	En otro municipio de Cataluña	2
	En otro municipio de España	3
	¿Dónde? _____	
En otro país	4	
	¿Dónde? _____	

SD9	¿Cuál es su lengua? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	Catalán	1
	Castellano	2
	Ambas por igual	3
	Otra, especifique _____	4

**SECCION II: DIMENSIÓN TRABAJO**

ST1	¿Actualmente está Jubilado o Pensionado?	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

ST2	¿Hace cuántos años está Jubilado?	AÑOS		
-----	-----------------------------------	------	--	--

ST3	En la actividad remunerada que realizaba antes de Jubilarse necesitó usar:			
	Ordenador PC	SI	1	NO

Ordenador Portátil	SI	1	NO	2
Internet	SI	1	NO	2
Teléfono Móvil	SI	1	NO	2
Correo electrónico	SI	1	NO	2
No necesité usar ningún dispositivo tecnológico	SI	1	NO	2

ST4	Qué actividad remunerada realizaba antes de Jubilarse:	
	Empleado	1
	Obrero	2
	Trabajador Independiente	3
	Trabaja por comisión	4
	Patrón o Empleador	5
	Otro	6

### SECCION III: DIMENSIÓN INGRESOS

SI1	¿Actualmente los ingresos que recibe mensualmente son por su jubilación?	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

SI2	Los ingresos que recibe mensualmente están entre: <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	Menos de 150 €	1
	Entre 150 y 300 €	2
	Entre 300 y 500 €	3
	Entre 500 y 700 €	4
	Entre 700 y 1000 €	5
	Más de 1000 €	6

SI3	De su presupuesto mensual ¿qué <b>PORCENTAJE</b> de dinero le destina a los siguientes conceptos, marque con una cruz el casillero que crea pertinente	
		<b>Porcentaje %</b>
		5%    10%    20%    30%    40%    50%    60%
	Alimentación (compra de víveres)	
	Vivienda (alquiler, hipoteca)	
	Equipamiento (muebles, electrodomésticos)	
	Vestuario	
	Transporte	
	Salud (remedios, cuidados personales)	
	Pago de servicios (luz, agua, gas)	
	Salir (cine, teatro, reuniones)	
	Pago factura teléfono fijo	

**SECCION IV: DIMENSIÓN ACTIVIDADES**

SA1	A continuación se presenta una lista con 21 actividades, marque con una cruz las <b>cinco</b> actividades que <b>MÁS</b> realiza y en el otro casillero marque las <b>cinco</b> actividades que <b>NUNCA</b> realiza			
			La que más realizo	La que nunca realizo
	1	Ver televisión		
	2	Ver videos y películas en DVD		
	3	Pasear		
	4	Escuchar radio		
	5	Escuchar música		
	6	Leer revistas y prensa		
	7	Leer libros		
	8	Ir a actividades para personas mayores		
	9	Salir a bares, restaurantes, salas de baile		
	10	Salir al cine		
	11	Salir al teatro, ópera, conciertos		
	12	Salir a museos, exposiciones o conferencias		
	13	Encontrarse con amigos y familiares		
	14	Jugar en el ordenador, consolas		
	15	Conversar con la gente de casa		
	16	Cuidar a los nietos		
	17	Asistir a partidos o competiciones deportivas		
	18	Practicar deporte o alguna actividad física		
	19	Hablar por el teléfono móvil		
20	Asistir a actividades religiosas			
21	Asistir a actividades de otras asociaciones			

SA2	Dispone de conexión de Internet en casa	SI	1	NO	2
-----	---	----	---	----	---

SA3	Usa Internet o el correo electrónico para mandar y recibir mails	SI	1	NO	2
-----	--	----	---	----	---

SA4	En el caso que <b>SI</b> utiliza Internet y el correo electrónico ¿con qué frecuencia lo usa? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	Si, una vez al día	1
	Si, una a cuatro veces al día	2
	Si, una vez a la semana	3
	Si, una vez al mes	4
	Si, una vez al año	5
	Nunca	6

SA5	Cuándo accede a Internet lo hace: <b>Marqué sólo una alternativa</b>	
	Usted mismo, aplicando sus conocimientos	1
	Indirectamente, lo hace su nieto por Usted	2

Indirectamente, lo hace su hijo(a) por Usted	3
Indirectamente, lo hace su esposa o marido por Usted	4
Indirectamente lo hace un amigo por usted	5
Indirectamente, lo hace un instructor, profesor o monitor por Usted	6
Indirectamente, lo hace el encargado del locutorio por Usted	7
Otra forma de acceder, especifique _____	8

### SECCIÓN V: PERSONAS QUE NO TIENEN TELEFONO MOVIL

NU1	¿Cuál es la principal razón por la cual <b>NO</b> tiene telefonía móvil?				
	Es muy caro	SI	1	NO	2
	No necesito un teléfono móvil	SI	1	NO	2
	Ninguno de mis conocidos tiene teléfono móvil	SI	1	NO	2
	Porque prefiero usar el teléfono fijo	SI	1	NO	2
	No lo puedo usar por mis problemas de salud	SI	1	NO	2
	Prefiero usar el teléfono público	SI	1	NO	2
	Prefiero usar otros dispositivos tecnológicos	SI	1	NO	2
	No lo sé usar	SI	1	NO	2
	Otros	SI	1	NO	2

NU2	En el caso que Usted haya utilizado el teléfono móvil y ahora ha dejado de usarlo, ¿por qué razón lo dejó de usar? <b>En el caso que nunca ha usado un móvil no conteste esta pregunta</b>				
	Perdí mi empleo	SI	1	NO	2
	Tuve que adecuar mi presupuesto mensual y con ello dejé de pagar el teléfono móvil	SI	1	NO	2
	Tuve problemas con la compañía operadora	SI	1	NO	2
	Perdí el teléfono móvil	SI	1	NO	2
	Perdí el interés	SI	1	NO	2
	Por razones de tiempo	SI	1	NO	2
	Nunca aprendí a usarlo	SI	1	NO	2
	Por qué ahora tengo problemas de salud más serios	SI	1	NO	2
	Otros	SI	1	NO	2

NU3	Si en estos momentos no tiene un teléfono móvil ¿piensa tener uno en los próximos TRES meses?				
	SI				1
	No				2
	No lo sé				3

NU4	Si su respuesta anterior fue SI, qué plan piensa adquirir				
	Tarjeta de prepago				1
	Contrato				2

	No lo sé	3
--	----------	---

NU5	Cuáles son las principales razones por las que le interesaría adquirir un teléfono móvil				
	Tarifas más bajas respecto al servicio de teléfono fijo	SI	1	NO	2
	Es conveniente para hacer/recibir llamadas	SI	1	NO	2
	Lo necesito, se acomoda a mis tiempos	SI	1	NO	2
	Lo necesito, me permitiría controlar mejor mis gastos	SI	1	NO	2
	Por razones de seguridad	SI	1	NO	2
	Para mantenerme en contacto con mi familia y las personas que estimo	SI	1	NO	2
	Para establecer más relaciones sociales y vínculos con la gente	SI	1	NO	2
	Es más moderno, mejorará mi estatus social	SI	1	NO	2
	Otro, especifique _____	SI	1	NO	2

NU6	Usted considera que <b>USAR</b> teléfono móvil es fácil	SI	1	NO	2
-----	---	----	---	----	---

NU7	Usted considera que usar el teléfono móvil es				
	Un gasto	SI	1	NO	2
	Una inversión	SI	1	NO	2

NU8	¿En el caso que llegase a usar un teléfono móvil, quien cree que le ayudaría a usarlo?				
	Su marido	SI	1	NO	2
	Su hijo	SI	1	NO	2
	Su nieto	SI	1	NO	2
	Asistió a algún taller sobre el uso del móvil	SI	1	NO	2
	El manual que viene con el móvil	SI	1	NO	2
	Sus amigos	SI	1	NO	2
	Por la TV y la radio	SI	1	NO	2
	Nadie	SI	1	NO	2

NU9	En el caso que llegase a usar un teléfono móvil ¿qué cree lo más difícil de enfrentar?				
	Enviar mensajes de textos	SI	1	NO	2
	Leer los mensajes de texto que me envían	SI	1	NO	2
	Recibir llamadas de voz	SI	1	NO	2
	El tamaño del teclado	SI	1	NO	2
	El tamaño de la pantalla	SI	1	NO	2
	Los accesorios como una cámara de fotos	SI	1	NO	2
	Las opciones del Menú	SI	1	NO	2
	Guardar números de teléfono en la agenda	SI	1	NO	2
	Hacer llamadas de voz	SI	1	NO	2
	Las limitaciones por mis problemas de visión	SI	1	NO	2
	Las limitaciones por mis problemas motrices	SI	1	NO	2

	Las limitaciones por mis problemas de audición	SI	1	NO	2
--	--	----	---	----	---

NU10	Se compraría un modelo de teléfono móvil especialmente diseñado para las personas mayores	SI	1	NO	2
------	---	----	---	----	---

NU11	Aproximadamente, cuánto dinero le destinaría a factura o a las tarjetas de prepago mensualmente	€			
------	---	---	--	--	--

NU12	En qué medida considera usted que al <b>NO USAR</b> un telefonía móvil le perjudica en ciertos aspectos de su vida					
		Nada	Poco	Algo	Mucho	No influye
	Estar siempre conectado	1	2	3	4	5
	Comunicarse desde cualquier lugar	1	2	3	4	5
	Mejorar su relación con la familia	1	2	3	4	5
	Comunicarse en cualquier momento	1	2	3	4	5
	Comunicarse más con sus amigos	1	2	3	4	5
	Organizar mejor sus actividades diarias	1	2	3	4	5
	Acceder a información y a los servicios públicos (Ayuntamiento, Generalitat)	1	2	3	4	5
	Tener mayor Seguridad en su vida diaria	1	2	3	4	5
	Tener un mayor Estatus y reconocimiento social	1	2	3	4	5
	Mejorar su Calidad de vida en general	1	2	3	4	5
	Otros Especifique					

NU13	Fundamentalmente qué otro medio utiliza para comunicarse		
		SI	NO
	El uso del teléfono fijo en su casa	1	2
	El uso del teléfono público	1	2
	El uso del correo, de las cartas	1	2
	El uso del mail	1	2
	Los encuentros cara a cara	1	2

NU14	¿En qué sitio cree Usted que es más molesto usar el teléfono móvil? <b>Marque sólo una alternativa</b>	
	En el transporte público (autobús, tren, metro)	1
	En la casa	2
	En una reunión social	3
	En un restaurante	4
	En un hospital	5
	En el bar	6
	En un cine	7
	En otro sitio, especifique	8



NU15		Usted percibe que si llegase a <b>USAR</b> un teléfono móvil podría:			
<b>A</b>		<b>SI</b>	<b>Igual que antes</b>	<b>SI</b>	<b>B</b>
Depender más de los demás	1	3	2	Depender menos de los demás	
Presentar más limitaciones	1	3	2	Presentar menos limitaciones	
Disponer de más información	1	3	2	Disponer de menos información	
Tener mayor confianza	1	3	2	Tener menos confianza	
Tener más independencia	1	3	2	Tener menos independencia	
Tener más libertad	1	3	2	Tener menos libertad	
Tener más autonomía	1	3	2	Tener menos autonomía	
Tener más intimidad	1	3	2	Tener menos intimidad	
Tener menos contactos cara a cara	1	3	2	Tener más contactos cara a cara	
Estar más ocupado	1	3	2	Estar más desocupado	
Más personas se meterían en mi vida	1	3	2	Menos personas se meterían en mi vida	
Mi familia más me controlaría	1	3	2	Mi familia menos me controlaría	
Tendría más opciones donde elegir	1	3	2	Tendría menos opciones donde elegir	
Tener más apoyo	1	3	2	Tener menos apoyo	
Tener más amigos	1	3	2	Tener menos amigos	
Me sentiría más insegura	1	3	2	Me sentiría más segura	
Recurriría más a los servicios públicos	1	3	2	Recurriría menos a los servicios públicos	
Podría alcanzar nuevos objetivos	1	3	2	Me limitaría para nuevos objetivos	
Estaría satisfecho con mi estilo de vida	1	3	2	Estaría menos satisfecho con mi estilo de vida	
Tendría más esperanza sobre mi futuro	1	3	2	Tendría menos esperanza sobre mi futuro	
Tendría más autoestima	1	3	2	Tendría menos autoestima	
Sería más expresivo	1	3	2	Sería menos expresivo	
Sería más sociable	1	3	2	Sería más cerrado	
Me sentiría más integrado	1	3	2	Me sentiría más aislado	
Me sentiría más cercano	1	3	2	Me sentiría más distante	
Dependería del móvil	1	3	2	No dependería del móvil	
Me haría la vida más fácil	1	3	2	Me haría la vida más compleja	

NU16		Usted cree que si llegase a USAR un teléfono móvil, éste le ayudaría a comunicarse con personas de otros grupos de edad		
		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>No influye</b>
Niños/as, entre 0 y 12 años		1	2	3
Adolescentes, entre 13 y 17 años		1	2	3
Jóvenes, entre 18 y 29 años		1	2	3
Adultos jóvenes, entre 30 y 35 años		1	2	3
Adultos, entre 36 y 59 años		1	2	3
Adultos mayores, entre 60 y más años		1	2	3

NU17	Usted percibe que al <b>NO</b> tener un teléfono móvil hay menos gente dispuesta a conversar con USTED	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

NU18	Usted cree que disponer de una buena calidad de vida	SI	1	NO	2
------	--	----	---	----	---

NU19	Usted cree que la <b>EDAD</b> es una barrera para que otros se comuniquen con Usted	SI	1	NO	2
------	---	----	---	----	---

NU20	Cuál diría Usted que es su mayor inconveniente de <b>salud</b> para utilizar un teléfono móvil				
	Problemas de visión	SI	1	NO	2
	Problemas de voz	SI	1	NO	2
	Problemas auditivos	SI	1	NO	2
	Problemas motrices	SI	1	NO	2
	Problemas de memoria	SI	1	NO	2
	Otros problemas, especifique	SI	1	NO	2

NU21	Según la imagen que proyecta al no usar un teléfono móvil, Usted diría			
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>IGUAL</b>
	Mi imagen es la misma que los que usan un móvil	1	2	3
	Me ven más viejo	1	2	3
	Me aíslan del grupo que disponen de móvil	1	2	3
	Me prestan menos atención	1	2	3
	Me cuesta entender la sociedad de hoy	1	2	3
	Me siento con cierto prestigio al no portar un móvil	1	2	3
	Soy más discriminado	1	2	3
	Han aumentado los prejuicios sobre mi edad	1	2	3
	Me ven desconectado del mundo digital	1	2	3
	Me ven más aislado de las nuevas tecnologías	1	2	3