

Híbridos y no híbridos: estudio de caso de la interacción modal en un sector del Distrito norte de la ciudad de Quito

Ordóñez, Gonzalo

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

 gonzalo.ordonez@uasb.edu.ec

ORCID ID: 0000-0002-5578-4522

Documento recibido:

01 marzo 2021

Aprobado para publicación:

01 septiembre 2021

Resumen

La incidencia y expansión de la interacción virtual, a través de redes sociales, afecta todas las generaciones, pero no de la misma manera, adultos mayores y jóvenes muestran similitudes, como el uso del chat para interactuar con sus cercanos, pero también diferencias que fundamentalmente tienen que ver con la forma de interacción del cara a cara. Adultos mayores tienen un comportamiento segmentado en el uso y tipo de red social, asociado a su preferencia por la interacción cara a cara, que proviene de su experiencia generacional. Los jóvenes, combinan los dos modos de interacción de forma permanente, teniendo como eje el chat, en comparación al uso de llamadas de voz que se mantiene bajo, lo que demuestra un comportamiento híbrido en el que se solapan los dos espacios (virtual y el cara a cara), pero al costo de un quebrantamiento de la atención que exige el cara a cara.

Palabras clave

Adultos mayores; jóvenes; redes sociales; interacción; cara a cara.

Resumo

A incidência e ampliação da interação virtual, por meio das redes sociais, atinge todas as gerações, mas não da mesma forma, idosos e jovens apresentam semelhanças, como o uso do chat para interagir com seus entes queridos, mas também diferenças que fundamentalmente eles tem a ver com a forma de interação face a face. Os idosos apresentam um comportamento segmentado no uso e tipo de rede social, associado à preferência pela interação face a face, decorrente de sua vivência geracional. Os jovens combinam os dois modos de interação de forma permanente, tendo o chat como eixo, em comparação com o uso de chamadas de voz que permanece baixo, o que mostra um comportamento híbrido em que os dois espaços se sobrepõem (virtual e móvel), mas à custa de uma quebra na atenção que o cara a cara exige.

Palavras-chave

Adultos mais velhos; jovens; redes sociais; interação; cara a cara.

Abstract

The incidence and expansion of virtual interaction, through social networks, affects all generations, but not in the same way, older adults and young people show similarities, such as the use of chat to interact with their close ones, but also differences that fundamentally they have to do with the way of face-to-face interaction. Older adults have segmented behavior in the use and type of social network, associated with their preference for face-to-face interaction, which comes from their generational experience. Young people combine the two modes of interaction permanently, with the chat as its axis, in comparison to the use of voice calls that are kept low, which demonstrates a hybrid behavior in which the two spaces overlap (virtual and face to face), but at the cost of a breakdown in the attention that the face to face demands.

Keywords

Elderly; young boys; social networks; interaction; face to face

Introducción

Esta investigación tiene como objetivo reconocer los patrones de interacción y articulación en la cara a cara y en el espacio virtual, entre generaciones opuestas. La incidencia y expansión de la interacción virtual, a través de redes sociales, afecta todas las generaciones, pero no de la misma manera, adultos mayores y jóvenes muestran similitudes, como el uso del chat para interactuar con sus cercanos, pero también diferencias que fundamentalmente tienen que ver con la forma de interacción del cara a cara.

Los adultos mayores tienen un comportamiento segmentado en el que seleccionan las redes con una interfaz más intuitiva, con las que pueden comunicarse con familiares y amigos. Adicionalmente, su preferencia por la interacción cara a cara, que proviene de su generación, explica el uso de las aplicaciones para llamadas que se complementa con el uso del chat.

Los jóvenes, combinan los dos modos de interacción de forma permanente, teniendo como eje el chat, en comparación al uso de llamadas de voz que se mantiene bajo, lo que demuestra un comportamiento híbrido en el que se solapan los dos espacios (virtual y el cara a cara), pero al costo de un quebrantamiento de la atención que exige el cara a cara.

Híbridos y no híbridos: estudio de caso de la interacción modal en un sector del Distrito norte de la ciudad de Quito

La interacción modal

Cómo un sujeto que se relaciona con otros y el contexto en que lo hace es el objeto de estudio de la interacción, concepto que hace referencia al efecto de la co-presencia, o el cara a cara, en un encuentro en el que los participantes tienen mutua influencia sobre su conducta.

“Este criterio permite distinguir la noción de interacción, de otras cercanas, como las de «relación» o de «vinculo» que no implican necesariamente la de co-presencia (una relación, un vinculo, pueden mantenerse y proseguir a distancia)” (Marc, Picard, & Laje Tesouro, 1992, p. 15).

Existe otra forma de interacción que cumple los requisitos de influencia mutua pero carece de la co-presencia de sus participantes, sin embargo tiene la particularidad de compartir dos espacios diferentes: el de la pantalla digital y el del medio o territorio del cara a cara.

(...) el medio (setting), que incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y utilizaría para el flujo de la acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él. En términos geográficos, el medio tiende a permanecer fijo, de manera que los que usan un medio determinado como parte de su actuación no pueden comenzar a actuar hasta haber llegado al lugar conveniente, y deben terminar su actuación cuando lo abandonan. Solo en circunstancias excepcionales el medio se traslada con los actantes, ; vemos esto en el cortejo fúnebre, el desfile cívico y las fantásticas procesiones que integran el quehacer de reyes y reinas (Goffman, 2007, p. 36)

El espacio virtual de la interacción mantiene analogía con el medio, se puede considerar en general a la interfaz como el equivalente al trasfondo escénico sobre el que se desarrolla el flujo de la acción humana.

En este contexto se denomina espacio virtual de la interacción al sitio web al que se accede a través de una aplicación en la que los sujetos actúan conforme a las posibilidades y límites de la interfaz lo cuál supone una forma de actuación para cada sitio web.

Se consideran las actuaciones en el espacio virtual, de forma análoga a como el medio condiciona la interacción cara a cara. De hecho, la investigación sobre la experiencia de usuario trabaja a partir de la identificación de usuarios reales en sus contextos locales pues las personas utilizan el espacio virtual con relación su vida cotidiana.

La distinción más extendida y común es la que se establece entre redes generalistas y redes segmentadas, también llamadas horizontales y verticales, respectivamente. Entendemos por redes generalistas u horizontales las que están enfocadas a todos los usuarios sin distinción, para que hagan uso de la red según sus preferencias personales. Las dos redes más conocidas con este enfoque son Facebook y Twitter. En ninguno de los dos casos hay limitaciones en cuanto a la entrada de usuarios, ni a su edad o condición, e incluso se usan corporativamente como perfiles empresariales. La distinción la realizan los propios usuarios con el empleo que hacen de ellas.

Las segmentadas o verticales son aquellas que, por una u otra razón, solo se dirigen a un sector de la población o del mercado. Un caso muy claro es el de LinkedIn, comunidad de profesionales principalmente enfocada al networking y a las relaciones laborales. Este tipo de redes se puede presentar y clasificar de muy diversas maneras (Tascón, s. f., p. 2).

De esta manera el espacio constituye una de los elementos que definen la actuación con relación a la situación comunicativa y al tipo de espacio público o privado. Cabe resaltar que simultáneamente los participantes en una interacción cara a cara observan una actuación determinada por el marco de referencia que proviene del medio.

La oposición entre espacios privados y públicos interviene a dos niveles: en el de lugares y modos de conducta con que están relacionados (existen comportamientos que se deben tener en «público» y otros que no pueden tenerse más que en «privado») y en el de territorios que se reivindica para su uso exclusivo (y allí lo privado se hace íntimo) (Marc et al., 1992, p. 82)

Redes como Facebook tienen un carácter generalista o público y redes verticales como WhatsApp muestran un predominio hacia lo privado, en consecuencia, los usuarios por lo general asumen el marco de referencia que corresponde para actuar de acuerdo a sus necesidades y condiciones de comunicación.

La actuación en el espacio virtual está delimitada por la interfaz que establece el marco de interpretación de los usuarios, que reconoce los códigos que le permiten interactuar.

El reconocimiento de estos códigos crea en el Usuario dos tipos de competencias: una relativa a la función de los elementos virtuales, y otra relativa a la forma de interactuar con esos elementos concretos. Scolari denomina a estos dos tipos de competencias “affordances funcionales” (información relativa a los procesos que se pueden activar haciendo clic sobre un determinado elemento de la interfaz, así como sobre lo que no podemos hacer) y “affordances sociales” (una forma para crear competencias en el usuario al hacerlo partícipe del código que regula las interacciones de esa misma interfaz compartida por comunidad de usuarios). Tanto affordances como constraints ayudan al Usuario a acotar la semiosis ilimitada de los interpretantes virtuales, es decir, contextualizan el Mundo Virtual para ‘dirigir’ la interpretación del Usuario hacia buen puerto. Al mismo tiempo, el diseñador ha de saber utilizar los elementos correctos para hacer que dicho entorno sea exitosamente interactivo. No obstante, como ya hemos indicado anteriormente, cabe esperar que todo Usuario acabe relacionándose con un Mundo Virtual de forma imprevista, bien por aplicación incorrecta de los esquemas, bien por experimentación creativa con las posibilidades de la interfaz. (Martínez, 2017, p. 142)

En la interacción modal (cara a cara y virtual) una conversación que inicia en el espacio virtual puede continuar, entre los mismos participantes, en el cara a cara o viceversa, lo cual supone un encadenamiento de competencias (affordances) del mundo virtual con las competencias sociales que requiere el medio (setting). Este encadenamiento, no obstante, es problemático desde un punto de vista epistemológico por: el solapamiento del espacio y la indivisibilidad del tiempo de la atención.

Evidentemente la pantalla puede ocupar el mismo espacio físico en que el sujeto interactúa con otras personas en el cara a cara pero esto trae consigo el problema de que el marco de referencia está delimitado por códigos y rituales sociales que establecen un “esquema interpretativo de la situación” (Goffman & Rodríguez, 2006, p. 23) por lo que el encadenamiento de las actuaciones se verá afectado por el desplazamiento entre marcos.

"[l]as actividades sociales están repartidas en actividades públicas («las representaciones» en las que los actores ejercen un control estrecho en sus comportamientos y en actividades más o menos privadas durante las cuales el control se relaja" (Marc et al., 1992, p. 82).

El relajamiento en un espacio, sin tomar en cuenta el cambio de marco en otro (el cara a cara o virtual) puede provocar errores como los de publicar, por ejemplo, sin intención, imágenes de la intimidad, o compartir un mensaje de texto destinado a otra persona, etc., existen ritos y reglas de interacción, en cada sitio, que deben cumplirse, lo que se puede verificar en la utilización del lenguaje en cada espacio virtual.

A continuación definiremos el tono que va a utilizarse, la manera de transmitir, teniendo en cuenta los objetivos, el tipo de red, el público que nos escucha, el contexto y las herramientas que cada uno puede emplear. Se puede elegir un tono profesional o informal, o utilizar el humor, la ironía, la reflexión o la concreción técnica. De lo que se trata, en definitiva, es de construir una imagen, una reputación, una presencia coherente utilizando el lenguaje adecuado como uno de los elementos fundamentales para ello.

No estamos sino trasladando a las redes sociales comportamientos de fuera de la red. El lenguaje se convierte así, dentro de sus muy distintas formas, en el vehículo de comunicación, comprensión y conocimiento con el que nos relacionamos en las redes sociales (Tascón, s. f., p. 147).

El solapamiento de los espacios (la pantalla y el medio) permite que la interacción se desplace del espacio virtual al cara a cara. Sin embargo, aunque el espacio virtual y el medio pueden solaparse, la interacción con otra persona requiere atención mutua, que no puede distribuirse por espacios diferentes.

La postura de la cabeza inclinada hacia la pantalla muestra la inmersión en espacio virtual, de la misma manera que cuando la cabeza se endereza indica que se establece comunicación «frente a frente», el cambio de dirección de la mirada señala dos elementos: en primer lugar, que la atención está determinada por el espacio, y en consecuencia no puede permanecer en dos espacios al mismo tiempo, lo que muestra la indivisibilidad del tiempo de atención.

Que cada espacio posee su propio tiempo lo demuestra el cambio de la postura, que se efectúa en tiempos diferentes, es decir, aunque se puede pasar de un espacio a otro manteniendo la sensación de continuidad, en la práctica es solo una percepción pues la atención se ha fragmentado en la realidad.

En la nueva cultura de comunicación, la interrupción no se experimenta como una interrupción, sino como otra conexión. Medio en broma, adolescentes y jóvenes de veintitantos me dicen que la frase que más se escucha durante las cenas con sus amigos es «Espera, ¿qué?». Todo el mundo siempre pierde algo, durante el tiempo que se tarda en encontrar una imagen o enviar un mensaje (Turkle & Roca, 2017, p. 53).

Se entiende el concepto de atención, como la capacidad efectiva de realizar solamente una tarea en un tiempo determinado (Restak, 2005, p. 72), por lo que el encadenamiento entre los dos modos debe explicarse desde otro concepto: el de hibridación.

La dificultad para la atención se ve reflejada en la preferencia por el chat que permite, aunque de forma fragmentaria, interactuar con personas que se encuentran de forma simultánea en los dos espacios. Del mismo modo, el uso de las aplicaciones para llamadas de voz disminuye por la imposibilidad de hablar con otra persona y escribir mensajes de texto al mismo tiempo.

El concepto de hibridación permite explicar el paso de la atención de un modo a otro, que se efectúa en el mismo espacio pero no en el mismo tiempo de la atención pues “el marco local y perceptivo en el que se desarrolla una actividad (setting)” (Joseph, 1999, p. 99) corresponde al espacio en que se efectúa la conversación.

Mientras que la interacción, a través de las pantallas, permite tanto la movilidad en el espacio físico como en el espacio virtual, la interacción en el cara a cara supone que el medio tiende a permanecer fijo y los actuantes deben estar en el mismo espacio para poder interactuar (Goffman, 2007, p. 34). Las pantallas facilitan una interacción híbrida, pero la atención que requiere una conversación cara a cara la obstaculiza.

Se define a la hibridación como la combinación permanente y activa de las actuaciones en espacios virtuales (interfaces) con las actuaciones en los espacios (setting) del cara a cara, entre dos o más personas para la interacción personal.

Esto ha ido llevando poco a poco al desarrollo de sistemas cada vez más amigables e interactivos, la llamada social interaction, donde el papel del usuario es tan relevante que se ha acuñado la frase *the user is the King*. Es esta interacción, este injerto entre los mundos virtuales y reales, lo que está dando lugar a esta especie de evolución por mutación a la que nos referíamos. Algunos autores (Kelly, 2010) llamaban a este proceso una hibridación de tecnología, biología, ecología, biónica y vida artificial, una especie de era neo-biológica.

Esta hibridación o simbiosis entre el mundo online y el offline, está siendo responsable de la re-configuración del mundo real por el mundo virtual y tiene uno de sus más claros exponentes en el campo de la reputación digital (Cambra, 2013, p. 695)

La reputación digital apunala el concepto de hibridación, pues afecta tanto el mundo físico como el virtual.

Se considera a los adultos mayores como no-híbridos, en el sentido en que la interacción modal tiene un carácter parcelado, es decir, un tiempo para la atención en el cara a cara distinto del chat y de la llamada. Otra característica de lo no híbrido es que se presentan dificultades inherentes al envejecimiento, como el esfuerzo que demanda la conservación de los vínculos sociales y la movilidad que supone el encuentro cara a cara.

Es decir, que a medida que el adulto mayor envejece, la red social personal sufre pérdidas y a su vez, las oportunidades de reemplazarlas se reducen marcadamente, los miembros del grupo de pertenencia tienden a morir con mayor frecuencia. Los ancianos tienen menos ocasiones sociales para hacer nuevas amistades, probablemente están menos accesibles o dispuestos a iniciar nuevas relaciones. Además, los esfuerzos requeridos para mantener una conducta social activa son mayores en tanto la dificultad para movilizarse aumenta, por consiguiente, disminuyen las habilidades y a la larga, el interés por expandir la red también (Alejandra, 2003, p. 44).

Una ventaja de la interacción virtual es la ubicuidad que les permite contactarse en cualquier momento a través de aplicaciones web que, aunque pueden requerir competencias específicas, gracias al apoyo de hijos y nietos que aportan con “affordances sociales” que facilitan su utilización.

La utilización de las aplicaciones web para la interacción facilita mantener la comunicación con sus cercanos a un menor costo energético en comparación con la movilización a pie o a través del servicio de transporte público que, además, conlleva varios riesgos.

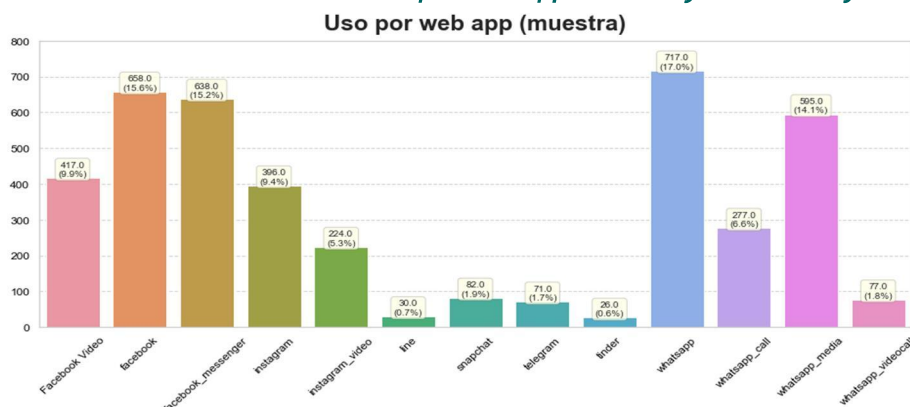
Muchas de las dificultades relacionadas con la edad que afectan a los adultos mayores coinciden con las necesidades de accesibilidad de las personas que sufren discapacidades, en consecuencia si los sitios Web son accesibles, van a satisfacer los requerimientos de acceso de más sectores de la población (Vilte, Saldaño, Martín, & Gaetán, 2014, p. 4).

Mas allá de las condiciones de usabilidad y acceso, lo que distingue la interacción virtual en los adultos mayores es la preferencia por ciertas redes sociales y por la interacción en co-presencia, lo cuál se verifica por la complementariedad que muestra el uso del chat y de las llamadas de voz, éstas últimas más cercanas a la interacción en co-presencia.

Interpretación

El cuadro 1 señala aspectos interesantes sobre el uso de las web app. Uno de ellos se centra en el uso de WhatsApp, en el cual las videollamadas representan apenas un 1.8% del total interacciones, mientras que el chat alcanza el 17.0%. Facebook_messenger es usado un 15.2%, y junto al chat de WhatsApp alcanza un 32.2%. La visualización de videos suman un 24.6%, repartidos entre Facebook Video con 5.2 %, Instagram video con 5.3 %, y WhatsApp_media con 14.1%. Otro dato significativo es el valor de 6.6% de utilización de Whatsapp_call, que viene a ser casi la mitad del uso del chat en la misma aplicación.

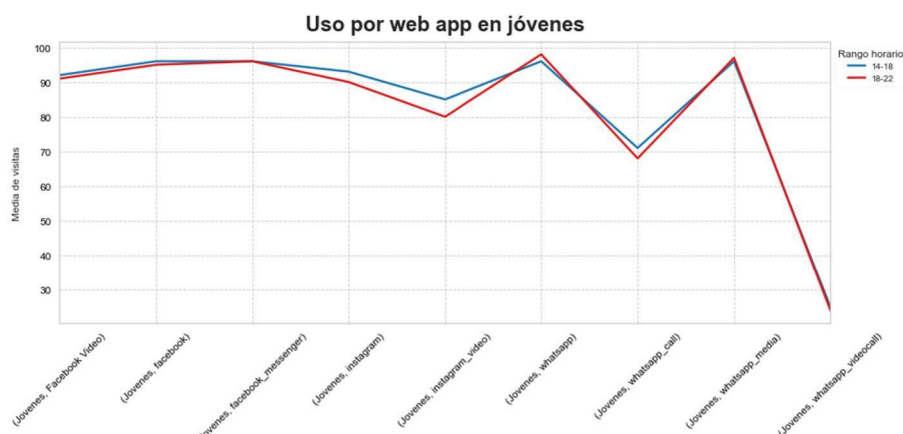
Cuadro 1. Total de interacciones por web app: Jóvenes y adultos mayores



Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

El menor uso de las videollamadas es relevante para explicar:

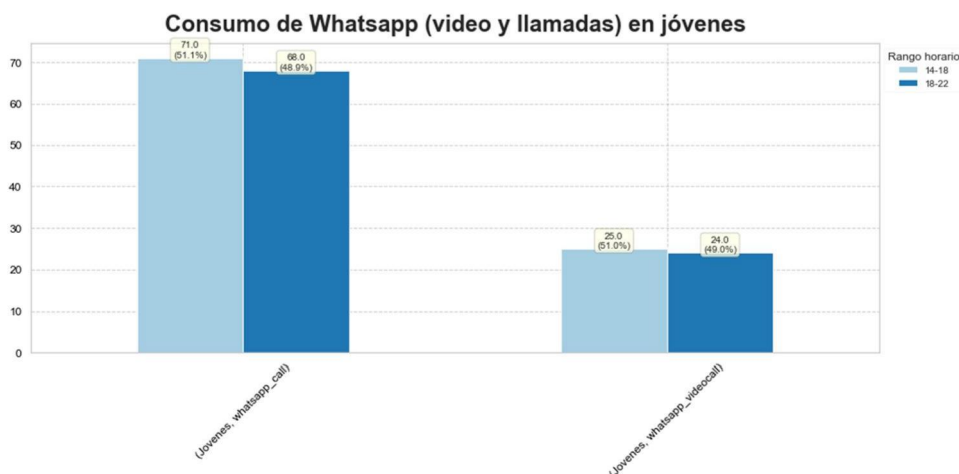
- El peso de gravitante del chat para la interacción virtual que se explica por un distanciamiento con el cara a cara.
- La interacción a través de videollamadas como una analogía del cara a cara.
- El uso de las llamadas de voz como complementario al uso del chat.
- La distinción del comportamiento de jóvenes y adultos mayores marcado por el uso de las llamadas de voz y de las videollamadas.

Cuadro 2. Jóvenes uso web app

Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

En el cuadro 2 se omiten las aplicaciones con menor frecuencia de uso, con el fin de visualizar mejor el patrón de comportamiento en las dos franjas horarias del estudio. Se destaca el uso de WhatsApp en mayor medida para el chat y el consumo de contenidos multimedia, en comparación con la utilización de la aplicación para llamadas de voz con casi 100 accesos en promedio, mientras que para las llamadas alcanza un valor ligeramente inferior a 70. El otro gran declive se produce en las videollamadas que baja bruscamente hasta un valor de 15.

Se puede argumentar que la disminución tiene que ver con el costo de utilizar esta opción a través de un plan de datos, sin embargo, la zona de influencia es alrededor de una Universidad que tienen acceso a Wifi, particularmente entre las 14:00 y 18:00 del estudio.

Cuadro 3 Jóvenes uso web app llamadas y videollamadas

Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

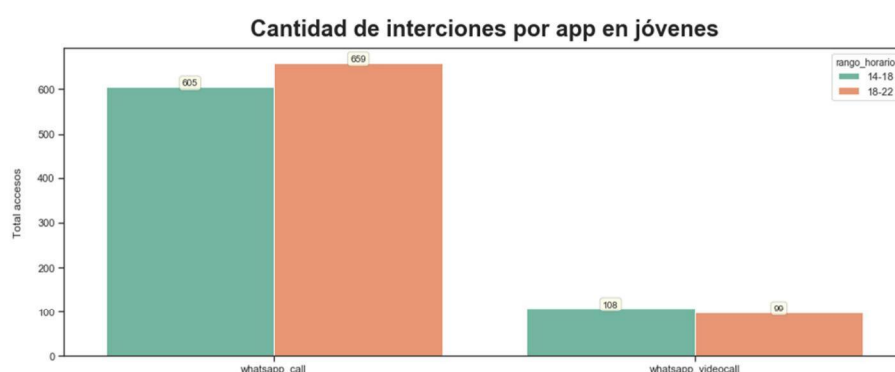
En una encuesta aplicada a 181 estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI) muestra que 41.99% tienen plan de datos, el 58.56% utiliza Internet de la universidad y la mayoría, el 86.74% internet de la casa. Otro aspecto es que se muestra una relación entre la ubicación del domicilio y la universidad, 108 estudiantes de un total de 164 respuestas indicaron su lugar de residencia en el norte de la ciudad cerca de su centro de estudios.

En este contexto se puede asumir que el uso de llamadas (o mensajes) de voz y videollamadas está más asociado a una decisión, que a una necesidad de comunicación en el caso de los jóvenes.

La diferencia de jóvenes que usan las llamadas de WhatsApp entre las dos franjas horarias es de 3 puntos porcentuales, lo cual no se muestra significativo, llama la atención que en el horario de la noche sea menor (68%) con relación a la tarde (71%).

La permanencia de la población joven en sus hogares en la franja de la noche, y la disminución de encuentros cara a cara con amigos o pareja, puede explicar el aumento de las llamadas de voz en este horario, evidenciando que, aunque hay menos jóvenes que lo usan en la noche, la interacción es mayor que en la tarde. El uso de las videollamadas no presenta ningún cambio respecto a la cantidad de usuarios en las franjas horarias. (Cuadro 4).

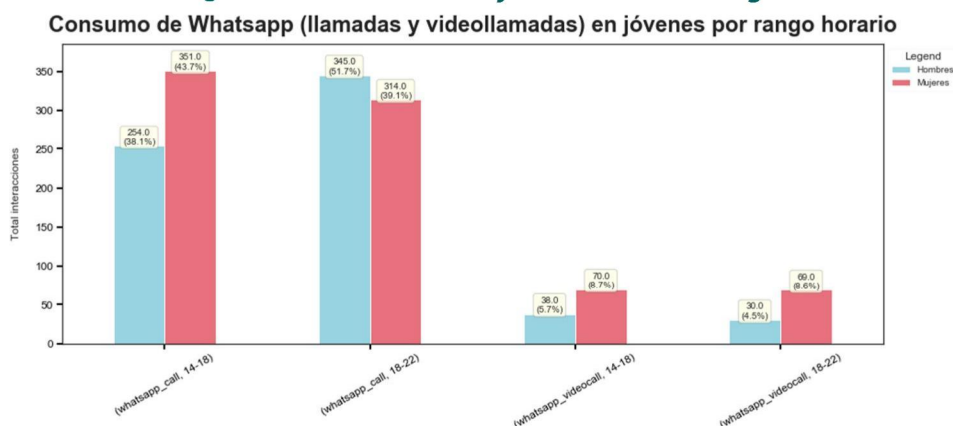
Cuadro 4 Jóvenes interacciones web app llamadas y videollamadas



Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

Si esto se compara con el uso de Facebook Messenger y WhatsApp chat que se mantienen estables en las dos franjas horarias, como se observa en el Cuadro 2. Se puede argumentar que el uso del chat es permanente y que se combina con la interacción cara a cara.

Cuadro. 5 Jóvenes uso llamadas y videollamadas rango horario



Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

De otra parte, el cuadro 5 señala una diferencia en la intensidad de interacción de las mujeres con relación a los hombres, lo que coincide con Fernandez y Alcalde:

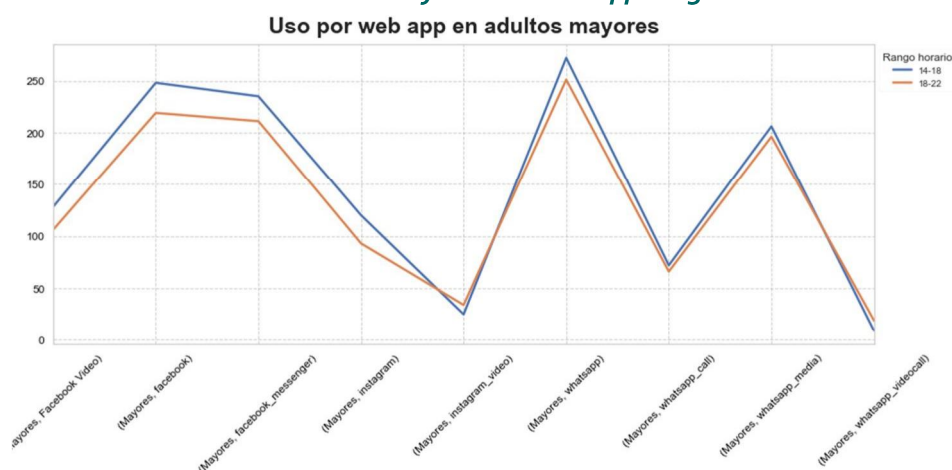
Las chicas utilizan más todas las funcionalidades de las redes sociales, fundamentalmente todas las que presentan un contenido más social, como el Chat, los mensajes privados, mirar otros perfiles, actualizar el perfil, escribir mensajes en el muro o tablón, invitar y contestar invitaciones, buscar amigos,

y publicar y descargar contenidos. Las redes favorecen un modelo de proyección desde lo privado a lo público, al crear una sensación de colectividad común, de confianza con los más cercanos. Si bien, se constata que el individuo se siente más cómodo en las aplicaciones orientadas a la comunicación privada, las mujeres representan el paradigma del uso público ya que suelen publicar información con mayor frecuencia en todas las funcionalidades (Fernández & Alcalde, 2015, pp. 234-235).

Las mujeres superan a los hombres con un promedio de 4 puntos porcentuales en consumo de WhatsApp, salvo el horario de las 18 – 22 en el que las llamadas por WhatsApp son superadas por los hombres, lo que puede explicarse por el incremento de la interacción cara a cara, aunque no disminuye proporcionalmente el uso del chat, lo cuál coincide con la hipótesis de una interacción híbrida que combina el modo virtual y el cara a cara.

Comparando con el grupo de jóvenes, los adultos mayores tienen un importante número de usuarios de webapps, se puede asumir que la distancia generacional puede salvarse a través de las redes sociales, pues los adultos mayores se ven, por lo general, condicionados a utilizar las mismas redes de sus cercanos. Esto lo evidenciamos en el Cuadro 6 en donde Facebook y WhatsApp, con casi 250 usuarios, son las apps más populares en este grupo.

Cuadro.6 Adultos mayores uso webapp rango horario



Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

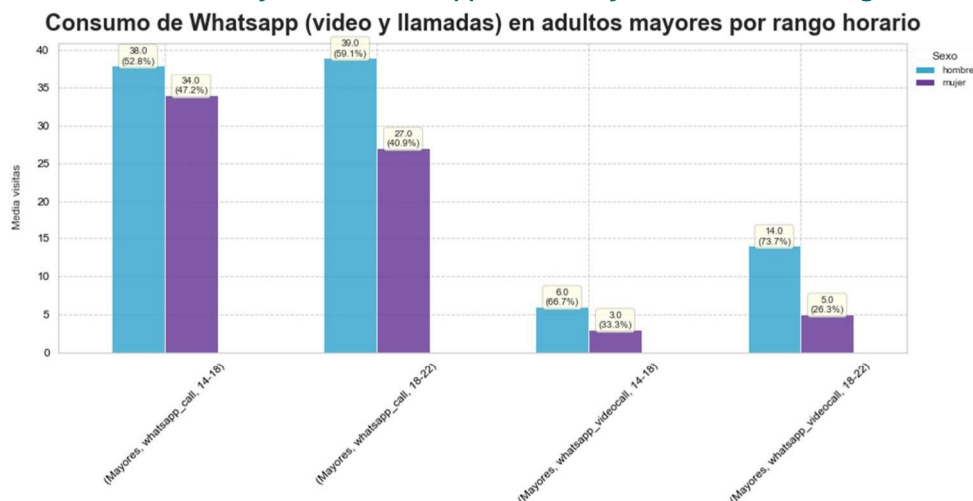
El cuadro 6 evidencia una notable disminución de Instagram así como también del uso de las aplicaciones habituales para la comunicación con los cercanos como WhatsApp y Facebook Messenger. Aplicaciones como Telegram, Line, Snapchat y Tinder tienen una baja representatividad por lo cual no se incluyeron en el cuadro 6.

Destaca el uso de Facebook_video, con 250 usuarios en la tarde y 200 en la noche, mientras que en WhatsApp_media el pico más alto es superior a 200. El primero como un espacio de uso del tiempo libre del adulto mayor y el segundo probablemente para compartir contenidos multimedia. No obstante el valor más significativo está en el uso de chat en WhatsApp con un valor aproximado de 275 adultos mayores que lo utilizan.

También resalta la simetría en el uso de webapps en las franjas horarias de los dos grupos; en el caso de los adultos mayores se observa un comportamiento segmentado por tipo de aplicación, es decir, no utilizan todas las aplicaciones y omiten las que requieren más competencias como Instagram.

Es notable que mientras el grupo de jóvenes la participación de la mujer puede superar a la de los hombres, en el grupo de adultos mayores la relación se invierte a favor de los hombres, particularmente para las videollamadas en la franja de la tarde con un valor de 73.3% (cuadro 7).

Cuadro.7 Adultos mayores uso web app llamadas y videollamadas rango horario



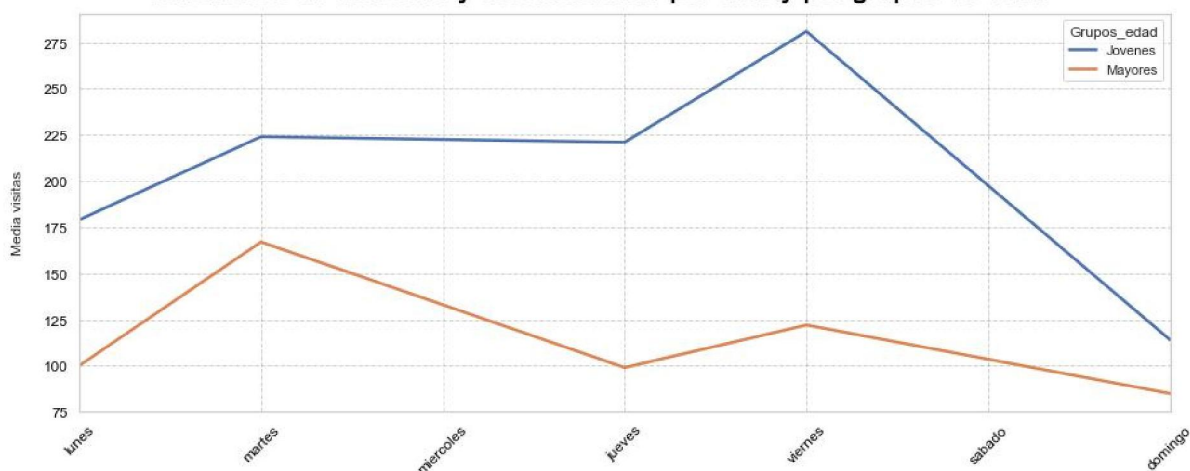
Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

La interacción en los dos grupos a través de llamadas y videollamadas (Cuadro 8) muestra como en el primer grupo (jóvenes) crece los viernes para disminuir bruscamente de un rango ligeramente superior de 275 accesos a 200 el sábado, hasta aproximadamente 120 accesos el domingo.

Los adultos mayores, tienen un pico de aproximadamente 170 interacciones el martes y bajar a ritmo constante hasta el jueves con un valor de 100, asciende levemente el viernes (124) y continua el declive hasta el domingo con un promedio de aproximadamente 50 accesos.

En comparación, como se puede reconocer en el cuadro 8, los jóvenes mantienen un comportamiento estacionario del martes al jueves que se incrementa sustancialmente para el viernes en el que probablemente la organización de los encuentros con amigos y pareja promueve el uso de llamadas y videollamadas.

Cuadro.8 Jóvenes y adultos mayores llamadas y videollamadas
Interacción en llamadas y videollamadas por días y por grupos de edad



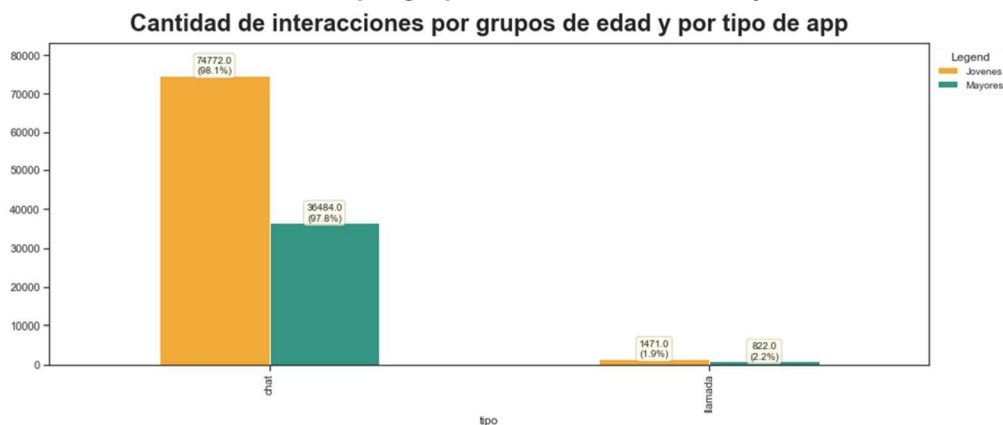
Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

Mientras que el chat permanece constante en los jóvenes, utilizando varias redes de forma simultánea, los adultos mayores acceden en menos ocasiones y en redes específicas, particularmente Facebook y WhatsApp.

Cuando se compara la actividad de interacción entre los dos grupos de edad se revela como los jóvenes incrementan su actividad los viernes probablemente por actividades de socialización con sus cercanos (familia, amigos y pareja), lo cual coincide con el leve incremento en los adultos mayores, justamente por el interés de comunicarse sus familiares. Coincide el inicio de la semana con un valor bajo entre 100 y 176 para crecer en los dos grupos lo que puede explicarse por el contacto cara a cara del fin de semana en los dos grupos lo que hace que la comunicación el primer día de la semana se relaje.

El aspecto de mayor relevancia es el incremento de los picos, en los dos grupos, el martes y el viernes y el correspondiente declive del sábado al domingo, se puede argumentar que debido a la comunicación intergeneracional además de intrageneracional.

Cuadro. 9 Interacciones por grupos de edad en llamadas y videollamadas

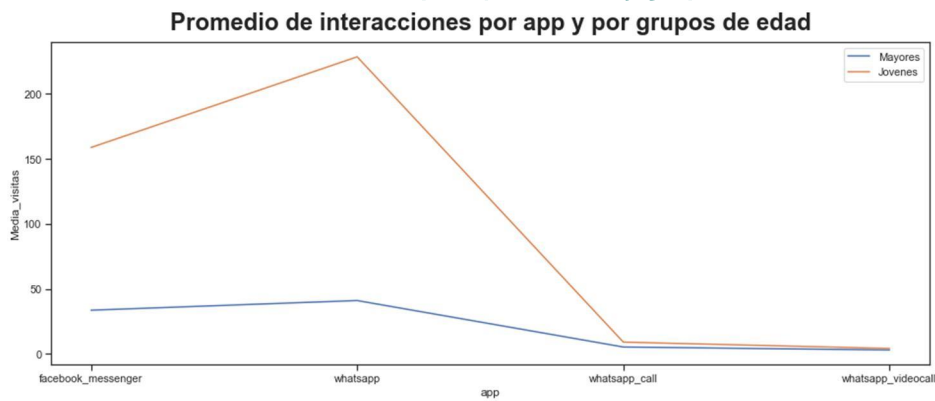


Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

Si se compara, en el cuadro 9, el uso de apps para llamadas de voz entre los dos grupos, con una diferencia de 0,3 % a favor de los adultos mayores (2,2%) y esto con el número de accesos al chat, en el que la interacción de los jóvenes supera en más del doble, se encuentra que la hibridación de la interacción entre los dos modos (cara a cara y virtual) se produce fundamentalmente a través del chat en los jóvenes, lo que coincide con la "fobia al teléfono" que señala (Turkle & Roca, 2017, p. 176) por el compromiso emocional y la ansiedad que puede generar la atención en tiempo real.

De otra parte el uso del chat, produce el efecto contrario, se puede pensar, editar o borrar lo que se escribe, incluso salir de la conversación sin dar la cara (Turkle & Roca, 2017, pp. 218-219).

El comportamiento de los adultos mayores coincide con el argumento contrario, la preferencia por la conversación cara a cara más cercana a las llamadas de voz que al uso del chat.

Cuadro. 10 Interacciones por aplicaciones y grupos de edad

Fuente: Telefónica / Elaboración: Bayron Torres y Gonzalo Ordóñez

El cuadro 10, corrobora la hipótesis de los adultos mayores como no híbridos, la línea que les corresponde muestra que el uso del chat mantiene continuidad con el uso de llamadas y videollamadas. En comparación el uso de WhatsApp, por los jóvenes, sufre una caída abrupta desde su cota más alta en el uso del chat hasta el más bajo en videollamadas que limitan el solapamiento de la interacción en los dos espacios (virtual y cara a cara). Los híbridos prefieren el chat pues les permite la sensación de simultaneidad en los modos de interacción.

Metodología

El Big Data procesado por el grupo de expertos de Telefónica, corresponde a una población de 1809 abonados, de los cuales, luego de eliminar los datos nulos, se obtiene una muestra de 717 distribuidos en 2 grupos: el primero de jóvenes entre 18 – 25 años, y el segundo por mayores de 64 años. El primer grupo está conformado por 194 personas, mientras que 523 conforman el segundo grupo.

Los datos muestran el uso de aplicaciones web para eventos: imágenes, llamadas, videollamadas, consumo de datos (WhatsApp, Facebook, etc.), SMS, es decir cualquier actividad que se efectúa a través del celular, durante dos franjas horarias de 14-18 y de 18-22 horas, por hombres y mujeres. La información corresponde a al rastreo de un mes, 24 horas al día, cada hora. Con los resultados se efectúa un cálculo para identificar como sería cada día de una semana promedio.

Se observan a los residentes, estudiantes y trabajadores en la zona de influencia que se identifican por el pages view (cuantas veces se accedió a una aplicación)

La investigación utiliza información un área de aproximadamente 750 metros alrededor de la Universidad Tecnológica Indoamérica (sector Cotocollao), elegida por la gran cantidad de población joven de estudiantes que asisten a la Universidad Tecnológica Indoamérica, centro del área de observación delimitada.

Los Grupos seleccionados son de 18-26 años, y mayores de 64. Teniendo un promedio de 49.79 años con una desviación estándar de 20.68 años.

Se efectúa un análisis univariado de edad, sexo. Luego se crean grupos por rango de edad para segmentar la información por estos grupos creados.

Luego se hace un análisis bivariado entre sexo y grupo de edad, grupo de edad y aplicación (web app). Se continua con un análisis multivariado entre rango de edad, sexo, aplicación. Paralelamente se efectúa un análisis entre aplicación, sexo, franja horaria y grupos de edad; y finalmente se realiza el cruce entre aplicación, sexo, franja horaria y grupos de edad analizados por día de la semana de estudio.

Conclusiones

El alto índice de interacciones virtuales es consistente con la imagen de híbridos cuyo marco de referencia es fundamentalmente el sistema de mensajería instantánea que puede intercalarse en los dos espacios de interacción el cara a cara y el virtual; lo que corrobora la hipótesis del solapamiento del espacio virtual y del medio (setting) , pero no del tiempo de la atención. Las llamadas de voz y las videollamadas demandan la atención de los participantes, a veces el retiro del lugar mientras que chatear es posible en diferentes situaciones del cara a cara de forma simultánea.

La hibridación, de los jóvenes, se muestra en el uso intensivo de las aplicaciones y en la combinación de la interacción a través de las aplicaciones web con la interacción cara a cara, lo que se demuestra por uso intensivo del chat, si se toma un promedio de 275 accesos y se le divide, por ejemplo, para una 12 horas resulta un aproximado de 22.9 interacciones por cada hora ; a lo que hay que sumar la interacción, aunque menor, a través de llamadas y videollamadas y, en general, la navegación por internet que incrementa el tiempo que permanecen interactuando frente a las pantallas. Tómese en cuenta que los datos solo abarcan las franjas horarias de la tarde y noche que sin duda incrementa el número de accesos y el tiempo de conexión.

En comparación los adultos mayores muestran un comportamiento no híbrido; distribuyen el tiempo de atención con relación al tipo de interacción que efectúan, lo que se demuestra por el menor uso del chat y de un notable uso de las llamadas de voz y videollamadas, que coincide con una generación que proviene fundamentalmente de la interacción cara a cara.

La similitud en el uso de llamadas de voz y videollamadas, en los dos grupos, durante la semana puede indicar un evento relevante: la comunicación a través de las redes sociales entre generaciones opuestas, lo que puede conducir a pensar en la importancia de las tecnologías de la interacción para el establecimiento de redes de apoyo para los dos grupos. 

Referencias

- Alejandra, M. (2003). Redes sociales de apoyo en relacion al proceso de envejecimiento humano revision bibliografica. 31.
- Cambra, U. C. (2013). Fundamentos psicosociales de la reputación «online»: Propuesta de un modelo y un caso de análisis. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(0), 691-700-700.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42152
- Fernández, M. C. S., & Alcalde, J. B. F. (2015). No, sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías. *Icono14*, 13(1), 14.
- Goffman, E. (2007). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E., & Rodríguez, J. L. (2006). *Frame analysis: Los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Joseph, I. (1999). Erving Goffman y la microsociología. Barcelona: Gedisa.
- Marc, E., Picard, D., & Laje Tesouro, A. (1992). La interacción social: Cultura, instituciones y comunicación. Barcelona: Paidós.
- Martínez, D. A. (2017). Inmersión, Interfaz y Objetos Liminares. Cuadernos de Información y Comunicación; Madrid, 22, 127-156. <http://dx.doi.org/10.5209/CIYC.55971>
- Restak, R. M. (2005). Nuestro Nuevo Cerebro (1st. edition). Barcelona: Ediciones Urano.
- Tascón, M. (dir). (s. f.). Escribir en Internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales. Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com/a/28866/escribir-en-internet---guia-para-los-nuevos-medios-y-las-redes-sociales>
- Turkle, S., & Roca, J. E. (2017). En defensa de la conversación: El poder de la conversación en la era digital. Barcelona: Ático de los Libros.
- Vilte, D., Saldaño, V., Martín, A., & Gaetán, G. (2014). Evaluación del Uso de Redes Sociales en la Tercera Edad. 9.

Sobre el autor/ About the author

Gonzalo Ordóñez, Especialista superior en Nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Magister en Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar (UASB). Candidato a Doctor en Estudios Sociales, Universidad Pablo de Olavide España. Docente – investigador, Área de Comunicación (UASB).

URL estable documento/stable URL

<http://www.gigapp.org>

El Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP) es una iniciativa impulsada por académicos, investigadores y profesores Iberoamericanos, cuyo principal propósito es contribuir al debate y la generación de nuevos conceptos, enfoques y marcos de análisis en las áreas de gobierno, gestión y políticas públicas, fomentando la creación de espacio de intercambio y colaboración permanente, y facilitando la construcción de redes y proyectos conjuntos sobre la base de actividades de docencia, investigación, asistencia técnica y extensión.

Las áreas de trabajo que constituyen los ejes principales del GIGAPP son:

1. Gobierno, instituciones y comportamiento político
2. Administración Pública
3. Políticas Públicas

Información de Contacto

Asociación GIGAPP.

ewp@gigapp.org