

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Tesis Licenciatura en Sociología

Usos e incidencias de las TIC's: ¿puede la telefonía celular ser una herramienta de inclusión social?

Mariana Ferrer
Tutora: Ana Laura Rivoir

2009

INDICE:

INTRODUCCION	1
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
II. MARCO TEÓRICO	3
II.1 Las TICs bajo la lupa	3
II.2 Acerca de celulares.....	5
II. 3 Entre el know-what y el know-why	8
II. 4 Con-sumo cuidado	10
II. 5 La importancia de las modas	11
II. 6 Inclusión tecnológica o digital	12
II. 7 TICs y el trabajo	13
II. 8 Referente al habitus	15
III. ESTRATEGIA DE INVESTIGACION	17
III. 1 Diseño metodológico	17
III. 2 Técnicas empleadas	17
IV. RESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	20
IV. 1 Introducción	20
IV. 2 Con respecto al trabajo	21
IV. 3 ¿Por dentro o por fuera? Exclusión social	22
IV. 4 Percepción de los cuida coches acerca de la importancia del teléfono celular.....	24
IV. 5 Habitus renovados	27
IV. 6 Usos del teléfono celular.....	29
IV. 7 Aspectos negativos y positivos de los celulares según los cuida coches.....	33
IV. 8 Cada vez somos más.....	35
V. CONCLUSIONES	37
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	41
VII. ANEXOS	44
ANEXO I	45
ANEXO II	46
ANEXO III	50
ANEXO VI	53
ANEXO VII Entrevistas	55

INTRODUCCION

Esta investigación busca estudiar como las nuevas tecnologías han impactado en diferentes áreas de nuestra sociedad. El tema de este informe se centra en la temática en torno de las TICs y en particular a los usos del teléfono celular, por parte de la población montevideana, esto representó un gran desafío, dado que existen muy pocas investigaciones con respecto a la telefonía celular en el Uruguay.

Este informe intenta hacer notar que tipo de aportes brinda el celular en la transformación de la realidad social de los cuidacoches. Siendo la preocupación fundamental averiguar cuales son los usos que realizan de los celulares, y que hay detrás de ellos, para saber si estos usos estimulan o no, a una inclusión social de estos sectores trabajadores.

Se evalúa una posible modificación del habitus en estos cuidacoches, ya que van a cambiar sus prácticas comunicativas. El habitus es conjunto de disposiciones que tienen los individuos, donde las prácticas se convierten en principio generador de nuevas prácticas, se averiguará si el uso del teléfono celular constituye una nueva práctica que de lugar a la modificación de su habitus. También se advertirá que papel juega el consumismo en la obtención de un teléfono celular, ¿es por moda que "todo el mundo tiene"? Definiremos que se entiende por moda según diferentes autores, para saber si esto se asemeja en la utilización del teléfono móvil por parte de los cuidacoches, ¿es una moda o realmente es un objeto que se ha convertido en una herramienta tanto laboral como social?

El presente informe se concentra en el análisis de los fenómenos que ocurrieron a partir de que cada vez eran más los uruguayos que tenían un teléfono celular, sin afectar desigualmente a las clases trabajadoras bajas. Se presenta la visión de los propios cuidacoches acerca de un conjunto de valores que resultan esenciales a la hora de interpretar el uso del celular en su vida cotidiana.

Este proyecto se llevó a cabo a través de la técnica de entrevistas semi-estructuradas, que tiene tanto preguntas cerradas como preguntas abiertas. Fueron realizadas a cuidacoches del barrio Cordon, mediante una pauta estandarizada.

Este trabajo consta de cuatro capítulos. En el primer capítulo analizamos la problemática de este informe, centrada en el crecimiento de forma vertiginosa del teléfono celular, para finalmente delimitar nuestro problema de investigación. En el segundo capítulo encontramos el marco teórico, donde se exponen las orientaciones teóricas que guiaron el estudio, y también se encuentran definidos los conceptos teóricos utilizados, finalizando con la pregunta que guía este informe, los objetivos específicos y generales, y la hipótesis que orientó el análisis. En el tercer capítulo analizamos la justificación pertinente al uso de las técnicas y el diseño metodológico en esta investigación. En el cuarto capítulo se encuentra la presentación de los resultados donde, a través de las entrevistas realizadas a los cuidacoches, se analiza la información obtenida en el trabajo de campo. Por último presentamos las conclusiones.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

La problemática de este informe se centra en el tema referido al vertiginoso crecimiento de la telefonía móvil en nuestro país, en estos últimos años *“Como cualquier otro desarrollo tecnológico, la creciente difusión de los celulares y móviles está asociada a cambios en el comportamiento de las sociedades. En un contexto globalizado en el cual la información se ha vuelto un componente preponderante de la realidad social, las tecnologías de información y comunicación (TIC’S) están transformando significativamente el comportamiento de muchos individuos”*. (Piedras, E y Bonina, C, 2006: 20).

Pero este crecimiento no solo se da en los sectores más pudientes económicamente, sino que se ha generalizado a toda la población. Por esto mi inquietud se centra en los diferentes usos que le dan los sectores trabajadores bajos de la sociedad al celular (bajos en el sentido de calificación y de remuneración) como son los cuidacoches del barrio el Cordón en el año 2008. Estos usos pueden tener distintas jerarquías para los cuidacoches, algunos usos estimulan o facilitan a la inserción social y otros en cambio realizan un mero consumo de esta tecnología. Por lo tanto, lo que se pretende es averiguar si esta tecnología es utilizada como un atenuante de la situación de pobreza en la que están viviendo, o si es una herramienta para salir de esa situación, dado que le permite resolver problemas sociales o laborales,

Para Heeks (1999), hay visiones que promueven la idea de que las tecnologías de la información y la comunicación tienen mucho que aportar para el alivio de la pobreza y el desarrollo de las naciones subdesarrolladas y en vía de desarrollo. Pero hay visiones encontradas con respecto a este tema, ya que algunos académicos sostienen que los pobres no acceden a las tecnologías, y por lo tanto que no gozan de sus beneficios, no consideran a las TICs como un instrumento para la solución de la pobreza.

Se podría decir que el teléfono celular se ha instalado como un objeto de consumo en las clases sociales menos favorecidas, y entonces, mi objetivo es profundizar y comprender por qué, ver si esto estimula o no la inclusión social. Según Morales, *“es allí donde cualquier propuesta que pretenda dirigirse a estas poblaciones, al acceso y utilización de las nuevas tecnologías, logre el desarrollo de prácticas que sean soportes culturales y socializantes para nuestra población.”* (Morales, 2006: 20)

Por lo tanto, la importancia social de esta investigación es la de mostrar parte de la realidad que estamos viviendo en el Uruguay hoy en día, con respecto al tema de la telefonía celular y su gran crecimiento a nivel de usuarios, ya que el desarrollo de una nueva tecnología genera cambios, de este modo se pretende ver el porque de esta utilización por parte de estos sectores trabajadores bajos, tanto en calificación como en remuneración.

Notar que tipo de aportes brinda el celular en la transformación de la realidad social de estos sectores, como son los cuidacoches, y advertir si hay alguna diferencia en los usos que realizan los distintos grupos de edad analizados. Saber si este tipo de tecnología funciona

como un atenuante de la situación de pobreza que viven estos sectores trabajadores bajos, si lo ven como un sustento cultural en la sociedad en que vivimos, o en cambio se ven obligados a tener esta tecnología, dado que la sociedad consumista en la que vivimos le impone tenerla, para sentirse incluido dentro del sistema.

Asimismo esta investigación cuenta con una relevancia sociológica la cual es brindar un aporte al tema de la telefonía celular, dado que en el Uruguay existen pocas investigaciones relacionadas a este tema, por lo tanto es un campo que esta prácticamente sin investigar, por lo que se piensa que hay mucho por aportar en materia sociológica. Sabemos que se están generando cambios en nuestra sociedad, pero no sabemos porque suceden, como el gran crecimiento que ha tenido la telefonía móvil a nivel de usuarios, tanto de niveles socio-económicos altos como bajos. En este contexto globalizado, las tecnologías de información y comunicación están modificando la conducta de muchas personas. Por estos vertiginosos cambios que se están viviendo, la sociología debe estar preparada para abordar todos los aspectos sociales, sin dejar ninguno por fuera. Por ello, este informe pretende ser beneficioso en su aporte a una nueva temática como es la telefonía celular, siendo de gran relevancia estudiar el impacto que tiene dicha tecnología en nuestra sociedad.

II. MARCO TEÓRICO

II.1. Las TICs bajo la lupa...

Al hablar de la Sociedad de la Información y el Conocimiento en el Uruguay, notamos que se ha dado un desarrollo muy importante de lo que llamamos Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), advertimos que han sucedido cambios importantes en lo social, económico, político y cultural, y que han tenido un fuerte impacto en la vida de los uruguayos en todos éstos aspectos.

Pero, ¿qué es eso que llamamos TIC`S? Comenzaré por definir dicho concepto, son *“electronic means of capturing, processing, storing, and communicating information.”* (Heeks, R. 1999: 3). Son tecnologías que logran beneficiar a la creación y transmisión de información y a la comunicación. Estos cambios se dan en la Sociedad del Conocimiento que *“se define a partir de una doble capacidad social que surge de las posibilidades tecnológicas de las TIC y de la organización social de la ciencia y la tecnología para la solución de los antiguos y nuevos problemas surgidos a partir de una nueva dinámica productiva, tecnológica y económica”* (Corona, L y Jasso, J. 2005: 11). Por lo tanto, es un tipo de sociedad emergente a nivel global, que tiene por fuente de productividad a las TICs.

Algunos autores como Manuel Castells, en su obra sobre los impactos sociales aparejados por las TICs, *“La Sociedad Red”* (1996), realiza una completa caracterización de este nuevo paradigma basado en las TICs, y centra su argumento en lo que es la sociedad red, nos dice que *“cuando la red desconecta al yo, el yo, individual o colectivo, construye su significado sin la referencia instrumental global: el proceso de desconexión se vuelve recíproco al negar los excluidos la lógica unilateral del dominio estructural y la exclusión social”* (Castells,

M. 2000: 55). Muestra que las personas que no saben cómo utilizar la tecnología, se pueden encontrar fuera del sistema. Conseguimos plantearnos la hipótesis de cómo las personas de sectores bajos tienen un celular para poder comunicarse, ya sea para cuando alguien los necesite o para poder trabajar, por lo tanto se transforma en una herramienta indispensable. Castells concluye que las redes dan una nueva forma social en nuestras sociedades, y que su difusión modifica la operación y los resultados de los procesos de producción, la experiencia y la cultura. Esta conclusión también es válida cuando hablamos de celulares, ya que estos han cambiado nuestra forma de comunicarnos socialmente *“con la implosión del tiempo de las comunicaciones y la reducción del instante a magnitud cero, los indicadores de espacio y tiempo pierden importancia”* (Bauman, Z. 1998: 21), hay una anulación tecnológica del tiempo y el espacio que polariza la condición humana. Notamos que el desarrollo de las TICs ha producido una nueva relación entre el tiempo y el espacio, ya que el tiempo no está más ligado a secuencias fijas, se ha dado lo que Castells denomina tiempo atemporal *“es solo la forma emergente dominante del tiempo social en la sociedad red, al igual que el espacio de los flujos tampoco niega la existencia de los lugares... se ejerce el dominio social mediante la inclusión y exclusión selectivas de funciones y gente en marcos temporales y espaciales diferentes”* (Castells, M. 1999: 468). Advertimos que el sentido de un tiempo y un espacio fijo se ha perdido, ya que se da una comunicación instantánea por todo el mundo, por medio de las TIC'S, *“este tiempo lineal, irreversible medible, y predecible se está haciendo pedazos en la sociedad red”* (Castells, M. 1999: 467). Por lo que podemos decir que hay una alteración en nuestra vida cotidiana, ya que nos estamos manejando diariamente con nuevas tecnologías que nos llevan a incorporar esta nueva relación entre tiempo y espacio.

Notamos que al encontrarnos con un nuevo sistema de comunicación entre los uruguayos, como es el uso del celular o de Internet, vemos que *“cada vez hablamos mas un lenguaje digital universal, está integrado globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos”* (Castells, M. 2000: 32). Percibimos que se están creando nuevas formas de comunicación, uno de los ejemplos más ilustrativos, es el mensaje de texto, dado que éste constituye una forma novedosa de comunicación.

Corona y Jasso nos aportan definiciones concretas acerca del concepto de la sociedad del conocimiento, dado que nos describen las características de esta sociedad, sabiendo que se encuentran en proceso de evolución, ya que la sociedad del conocimiento se encuentra en su etapa inicial. Denotando el problema de la tan nombrada “brecha digital”, que según Corona y Jasso, a la *“brecha digital...puede definírsela como la distancia “tecnológica” entre individuos, familias, empresas, grupos de interés, países y áreas geográficas, en sus oportunidades de acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación”* (Corona, L y Jasso, J. 2005: 20). Retomando algunos de estos conceptos nos centraremos en la temática de la telefonía celular en particular.

II.2. Acerca de celulares

Percibimos que en el Uruguay hay una heterogénea forma de acceso a las TICs *“La desigual distribución del ingreso explica en buena medida el acceso diferenciado a las TICs de los uruguayos. A medida que se reduce el ingreso per cápita del hogar al que pertenecen las personas, éstas tienen un acceso menor a las TIC’S. Es esto lo que se suele denominar la brecha digital de acceso.”* (Pittaluga, Sienna. 2006: 9). Antes, en el Uruguay la expansión de las TICs en general y un gran crecimiento en la telefonía celular en particular, no había significado una disminución en la desigualdad en el acceso. Ya que a un mayor nivel de ingreso hacía aumentar el nivel de penetración móvil, y en el caso de un nivel de ingresos menor, sucedía lo contrario. Pero a medida que transcurren los años, esto va transformándose dado que la telefonía móvil está aumentando su cobertura, aún entre los más pobres, por lo tanto percibimos un acortamiento de la brecha digital, dado que cada vez más gente con menos recursos está accediendo a la telefonía móvil, aumentando su cobertura, a través de reunir fondos para expandir y renovar las redes móviles, a medida que se proveen servicios a sectores de la población con ingresos cada vez menores. (CEPAL, 2005).

Se está dando una disminución de esta brecha, dado que cada vez más gente con menos recursos está accediendo a la telefonía móvil *“el aumento de la penetración de la telefonía móvil en el país contribuye a disminuir las diferencias entre quienes tienen acceso a los servicios de telecomunicaciones y quienes no, puesto que el servicio móvil está llegando a quienes no contaban con otro tipo de acceso a las TICs”* (Piedras, E y Bonina, C, 2006: 28) Por lo tanto, se ha dado un significativo aumento de la penetración de la telefonía a nivel mundial en la última década, Barrantes nos explica que *“mientras que en los países desarrollados la telefonía móvil se presenta como servicio complementario a una red de telefonía fija extendida a prácticamente todos los hogares y empresas, en los países en desarrollo esta nueva plataforma permite el acceso a segmentos de la sociedad con escaso acceso al servicio de telefonía tradicional”* (Barrantes, Galperin, Agüero, y Molinari, 2007: 6). Los sectores bajos accederían a esta tecnología ya que es una forma más barata de obtenerlo y con menores requisitos que un teléfono fijo, *“dado el limitado acceso a los tradicionales servicios de telefonía fija, los pobres atribuyen una significativa mejoría en su calidad de vida al acceso a la telefonía móvil”* (Mariscal, Galperin, 2007: 15)

Este crecimiento lo podemos ver reflejado en el informe de Lucía Pittaluga y Mariana Sienna, en donde nos muestran que en el año 2006, casi cinco de cada 10 hogares tienen al menos un celular, y que cada vez más se incrementa esta cifra. *“The significant growth of mobile penetration in the whole country in general, more than 100% increase in only two years”* (Rivero Illa, 2007: 23). Cabe la posibilidad de preguntarnos el porqué de este crecimiento, tan rápido y en tan corto tiempo, de ésta tecnología. Basándonos en datos de ITU (Unión Internacional de Telecomunicaciones), distinguimos un incremento en la adquisición de celulares desde 1998, pero éste aún no llega a sobrepasar a la telefonía fija, en cambio, en el año 2002 se representa un punto de quiebre, dado que el acceso a las telecomunicaciones

móviles, sobrepasa a la telefonía fija. Y tres años después, la cantidad de teléfonos móviles ya duplica a los fijos en la región (Ver Anexo I).

Con respecto a los datos en base a las encuestas de hogares del 2006 y 2007, donde la fuente es del Área Sociodemográfica del Banco de Datos, con la metodología de Danilo Veiga para la construcción del índice de nivel socioeconómico. Distinguimos que para el total del país los que tienen un nivel socioeconómico muy bajo en el 2006, casi un 10% tenía celular, representando el 31% los de niveles medios y 23% los de niveles muy altos, en cuanto a la ciudad de Montevideo los de niveles muy bajos representan casi un 7% de los que tienen celulares, mientras que los de niveles medios y muy altos representan un 30%, mientras que para el año 2007 se puede apreciar como se han incrementado las cifras para los niveles socioeconómicos muy bajos pasando al 12% en el total del país y casi un 9% en la ciudad de Montevideo, mientras que en los niveles medios se mantiene, en los niveles socioeconómicos muy altos la cifra desciende llegando casi al 20%. (Ver anexo II)

Pero este crecimiento continúa avanzando, ya que en los últimos años han tenido lugar ciertos cambios importantes en lo que refiere al acceso y utilización de la telefonía celular, ya que los costos para la adquisición y mantención del mismo han descendido dada la competencia que tiene las diferentes empresas (Claro, Ancel y Movistar), brindando nuevos contratos con más facilidades de acceso, bajando los costos de los aparatos, reduciendo el costo de las llamadas y mensajes de texto, entre otros beneficios.

Actualmente Uruguay tiene 3 millones y medio de celulares en funcionamiento en una población total de 3 millones 200 mil habitantes aproximadamente, por lo cual la penetración que alcanza el 100%, es la más alta de América Latina. Con estos valores Uruguay supera en términos porcentuales a Brasil que tiene 81%, México que tiene 84%, 95% de Argentina, 96% de Colombia, y en el extremo inferior Venezuela, que es uno de los que tiene menor penetración alcanzando el 38%. Entre marzo de 2007 y marzo de 2008, en Uruguay, aumentó la cantidad de usuarios prácticamente en un millón, sumando 991.000 nuevos usuarios de telefonía móvil. En el último año las operadoras conectaron 372.000 usuarios Movistar, 319 nuevos usuarios de Ancel y 300.000 de Claro, ex Cti Móvil.¹

En la Encuesta Continua de Hogares se analizan los datos que permiten medir el acceso de los hogares a las TIC. Dicha información se releva a través de una pregunta en la sección D de la ENHA. Allí se pregunta si el hogar cuenta (entre otros) con conexión a TV por abonados, microcomputador (incluye laptop), conexión a Internet, teléfono fijo y celular. En el cuadro número 2 del Anexo III se puede apreciar que en el año 2006 casi uno de cada cuatro hogares uruguayos tenía al menos un computador, cuatro de cada diez tenía TV cable, cerca de siete de cada diez contaban con teléfono fijo y casi cinco de cada diez hogares tienen al menos un celular. (Pittaluga, Sienna, 2006)

¹ <http://www.sociedaduruguay.org/2008/06/uruguay-primero-en-america-en-telefonía-celular.html>

También a nivel local, la URSEC calcula desde 2003 un indicador llamado Índice de Oportunidad Digital (IOD) para medir la magnitud de la brecha digital de Uruguay con respecto a otros países. La URSEC retoma la definición de brecha digital de ALADI la cual: cuantifica la diferencia existente entre países, sectores y personas que tienen acceso a los instrumentos y herramientas de la información y la capacidad de utilizarlos y aquellos que no lo tienen. Habría consenso, entonces, en definirla como la diferencia existente en el grado de masificación de uso de las TIC entre países. Esta suele medirse en términos de densidad telefónica, densidad de computadoras, usuarios de Internet, entre otras variables. El IOD utiliza la metodología propuesta por la UIT y se construye sobre la base de distintos grupos de indicadores, tomando en cuenta determinadas metas que los países utilizan como referencia de objetivos a alcanzar. Los indicadores con los cuales se construye el IOD se agrupan en tres categorías: Oportunidad, Infraestructura y Uso. El detalle de los indicadores de cada categoría se presenta en el cuadro ubicado en el cuadro número 1 del anexo III. El IOD en el Uruguay presenta una tendencia creciente entre los años 2003 y 2005. Dicho crecimiento se explica en buena medida por la evolución de los indicadores incluidos en las categorías Infraestructura y Utilización (Ver anexo III, Gráfico 1). La evolución creciente de la categoría Infraestructura está explicada por el crecimiento en la cantidad de servicios de telefonía móvil, mientras que el crecimiento de los servicios de acceso no conmutado a Internet explica el alza en la categoría Utilización. Los 10 países que registran más alto IOD en el mundo para el año 2005 está liderado por la República de Corea, con un valor del índice de 0,79, seguido de Japón y Dinamarca, ambos con un índice de 0,71 (URSEC, 2006). En el continente americano, en el año 2005, lidera Canadá, con un valor de 0,65, seguido por Estados Unidos (Ver anexo III, Gráfico 2). De acuerdo a la estimación realizada por URSEC, Uruguay compartiría el sexto lugar junto con Argentina y Jamaica. De acuerdo al criterio utilizado por la UIT y a la estimación realizada por la URSEC Uruguay se posiciona en el rango de los países con un alto IOD. (Pittaluga, Sienra, 2006)

En el cuadro del anexo III, se encuentran registradas las cifras que representan los servicios más solicitados en nuestro país. Se puede verificar el fuerte salto de la telefonía móvil, ya que pasa de 2.330.011 en 2006 a 3.004.323 en 2007, para finalmente quedarse con 3.507.816 en el 2008. Por lo tanto hay un aumento de 1.177.805 usuarios.² Cifra importante, ya que creemos que muchas de las personas que adquirieron un teléfono móvil son de sectores socio-económicamente bajos.

A nivel regional, nuestro país ha tenido un avance notable en el ranking de tecnología, pasó de estar en la sexta ubicación, a posicionarse en el segundo lugar luego de Chile. Se trata del segundo Latin Technology Index de la publicación especializada Latin Business Chronicle de origen estadounidense.³ El cuadro número 4 (ver anexo) muestra la penetración estimada del servicio celular en algunos países de América Latina, o sea muestra

² http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada_principal.asp?nota=portadahome.asp

³ http://nanotice.blogspot.com/2007_12_01_archive.html

la proporción de la población que realmente se suscribe o utiliza el servicio de telefonía celular. Se nota como las redes de telefonía celular se han expandido rápidamente en toda Latinoamérica en los últimos años, gracias a la rápida y continua expansión de las suscripciones de quien-llama-paga y pre-pago, estos servicios llegan cada vez mas a los estratos de bajos ingresos y a las regiones remotas y rurales, debido a los incentivos de mercado que impulsan a los operadores celulares en competencia (Namuncurá, C, 2007) Si bien Uruguay no era de los países con mayor porcentaje de penetración de la telefonía móvil, se denota un gran crecimiento con respecto del año 1996 al 2005, pasando del 5% (aproximadamente) para llegar al casi 20% de penetración en este último año referido.

Entonces comprendemos como la telefonía móvil es apreciada por los sectores mas económicamente pobres, ya que creemos está mejorando sus oportunidades laborales *“el impacto económico que tiene para un pobre la adquisición y el uso de un teléfono celular se refleja mayormente en las variables de capital social tales como el fortalecimiento de las redes de confianza y mejor coordinación de los mercados laborales formales”* (Mariscal, Galperin, 2007: 2) Por lo tanto, en el Uruguay cada vez mas gente de todos los sectores económicos adquieren teléfonos celulares, por lo que nos preguntamos si esto será el principio de una disminución de la brecha digital o no, dado que se puede distinguir una fuerte desigualdad entre las personas que acceden a las TICs y le dan un uso apropiado, y aquellos que, aunque acceden a las tecnologías no pueden o no saben utilizarlas correctamente. Para ello definiremos a continuación los conceptos de uso y acceso a las tecnologías.

II. 3. Entre el know-what y el know-why

En el Uruguay la gente con menores recursos accede cada vez más a la telefonía móvil. Pero sabemos que no basta con acceder a determinada tecnología para realizar un buen uso de la misma, por lo tanto encontramos una distinción entre ellos. Esta cuestión entre el acceso y el uso se ve distinguida en lo que Corona y Jasso llaman el *“know-what: información comunicada como dato; y el know- why: habilidad para hacer algo”* (Corona, L y Jasso, J. 2005: 15). Por lo tanto, el know-what es la posibilidad de acceder a las tecnologías porque sé que existen, se donde conseguir las, cuanto me van a costar, etc. En cambio el know-why es la capacidad que favorece a la utilización tecnológica, no solamente sé, sino que poseo los conocimientos y habilidades para potenciar el acceso, de manera de saber utilizar los servicios cotidianos, y de tener la capacidad de enfrentarme a situaciones novedosas y resolverlas.

Aunque cada vez más personas en el Uruguay obtengan un celular, sabemos que no basta con adquirir más y mejores tecnologías de nuevo tipo, el desafío es saber apropiarse de ellas y saber usarlas. *“El empoderamiento de las personas y comunidades con respecto a sus propias necesidades e intereses y la posibilidad de hacerlos visibles al resto de la sociedad, no depende solamente de poder utilizar un teléfono o una computadora, sino de qué posibilidades efectivas poseen, para que ese acceso favorezca a tales proyectos.”* (Morales, S. 2006: 10)

Deducimos entonces que lo primero, es el acceso, y que posteriormente a ello, debemos reflexionar en la forma de utilización de ese acceso. Es que el acceso, significa el primer paso en el camino de acercamiento a las nuevas tecnologías, y si no existiera este primer paso, no podríamos ni siquiera hablar de su uso. (Morales, S. 2006) *“Entendemos que a la noción de acceso a las TIC deben sumarse otras dimensiones que amplíen la mirada y favorezcan a comprender integralmente el fenómeno de la relación entre pobreza y desarrollo”* (Morales, 2006: 12).

Las tecnologías, y en este caso particular el celular, representa determinados significados, pero cuando observamos detenidamente, éstos variarán según quiénes sean los que le dan sentido. Entonces advertimos que lo simbólico no adquiere un único sentido, sino que la pluralidad de significados es admitida. Los diferentes grupos de la sociedad, inscriben en los mismos significantes, diferentes significados. “Lo simbólico” son los significados que le atribuimos a diferentes cosas, ya sean objetos, palabras, gestos. Pero hay una desigualdad existente en la sociedad en general y por lo tanto, la construcción de sentidos desde los distintos grupos sociales repercutirá en la dotación de sentidos de los grupos más desfavorecidos, como son los sectores trabajadores bajos. Sus identidades se construyen en una relación particular con la sociedad, donde la apropiación de lo espacial y de ciertas “cosas” configura el entramado simbólico de su lugar y este lugar, es negociado con el resto de la sociedad. (Morales, S, 2006).

Podríamos diferenciar a los cuidacoches que tienen celular, según el uso que hagan de este, en dos categorías: -uso incluyente, que contribuye a lograr una apropiación de la tecnología por parte de los cuidacoches, este concepto de apropiación social de la tecnología implica que el individuo, mediante un proceso de aprendizaje social domine la tecnología y desarrolle mediante la creatividad nuevas prácticas de uso, diferentes a las expuestas por los creadores de la tecnología, adaptando o integrando a su vez, estos conocimientos con otras tecnologías (García Urea, 2007) La apropiación social de la tecnología se da cuando el individuo aprovecha las posibilidades que ofrece la tecnología y genera un uso adecuado a sus necesidades y actividades; y la segunda categoría es consumo, que esta representado por aquellos que teniendo un celular se sienten mas pertenecientes al sistema, dado que, la inclusión que se podría llegar a dar por tener un celular, es causa de sentirse moderno por el consumo, ya que las personas se encuentran muy influenciados por los medios masivos de comunicación, que les dice que y cuanto consumir para ser aceptados por la sociedad. *“la palabra de moda se transforma rápidamente en un fetiche, un conjuro mágico, una llave destinada a abrir las puertas a todos los misterios presentes y futuros”* (Bauman, Z. 1998: 7) ¿cómo no tener algo que todo el mundo tiene? Esta puede ser una de las razones por las que es tan deseable la utilización de una TICs para un sujeto de clase baja. De esta forma se introduce el consumo como un concepto clave a lo hora de analizar la inclusión social.

II. 4. Con-sumo cuidado

Sabemos que los bienes son compulsivamente apreciados por la cultura actual, de modas y standing presentistas, como le llama Jean Baudrillard al status volátil y efímero de los objetos en la sociedad de consumo (Bayce, R, 2005).

Según el pensamiento de Baudrillard, la nueva base del orden social es el consumo y no la producción. El estructuralismo le permitía describir la dinámica del consumo, basada en la adquisición de signos antes que de objetos. De esta forma, se le ofrece al consumidor no un objeto en relación a su función empírica sino a través de su significado colectivo: prestigio, opulencia económica, estar a la moda, pertenecer a cierto grupo social, entre otros.⁴

Los aspectos ideológicos del consumo rebasan los límites de la organización política para instalarse en el inconsciente colectivo y los usos rituales de una población. Se busca implantar sobre bases afectivas y nemotécnicas un nuevo y particular ethos, una forma de ir por el mundo (Vásquez Rocca, 2007). *“En ese mundo adulto que excita al consumidor, al placer y a la novedad continuas, producidas por una combinación de publicidad científica y exhibición pública de los privilegiados, esa insondable profundización de una pauta suntuaria del gasto, minimiza los umbrales de satisfacción, maximiza la volatilidad de las necesidades sentidas, incrementa las posibilidades de ocurrencia de tedio y de decepción, así como la búsqueda compulsiva de evitarlos y de emular a los privilegiados”* (Bayce, R, 2005 :43)

El dispositivo que activa este sistema de “obsolescencia acelerada” (que impera a consumir compulsivamente) consiste en convencer al consumidor que necesita un producto nuevo antes que el que ya tiene agote su vida útil y funcionalidades. Ésta es una de las tareas de los diseñadores: acelerar la obsolescencia. (Vásquez Rocca, 2007). De esta manera los individuos se consideran insatisfechos con su actual posición, y sus actuales posesiones, por ello se ven en la necesidad de suplirlas por artefactos más atractivos y a la moda, *“en la medida en que la exhibición y promoción científicas del hedonismo, la abundancia y el consumo son cada vez más inalcanzables para los mas (...) nos vamos transformando en psicoculturalmente pobres, incapaces de tener y disfrutar todo, y por ende, a no disfrutar de lo que si tenemos o somos”* (Bayce, R, 2005: 42). *Al decir de Veblen “Por amplia, igual o equitativamente que pueda estar distribuida la riqueza de la comunidad, ningún aumento general de ella puede avanzar un paso en dirección a saciar esta necesidad cuyo fundamento es el deseo individual de exceder a cada uno de los demás en la acumulación de bienes”* (Veblen, Th, 1985: 40). Asimismo si la gente no siente disminuir sus desigualdades, sino se siente dueña de su propio destino, no podrá tener intencionalidad productiva o solidaria al conjunto societal mayor (...) sino consiguen estos resultados, las políticas sociales no están contribuyendo decisivamente a la liberación social de individuos y grupos, ni su integración incorporación o inclusión (Bayce, R, 2005)

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Jean_Baudrillard

Por lo tanto, el consumo depende cada vez más del deseo de las personas, no sus necesidades. Aunque se utilice la necesidad para justificar determinada adquisición, sabemos que muchas veces no es así, se vuelve una moda justificable, como pensamos que es la adquisición del teléfono celular. La moda, el juego más superficial, la forma social más profunda, «extrae frivolidad de la muerte que nada dura, y el placer inverso de saber que más allá de esa muerte, toda forma tiene siempre la oportunidad de una segunda existencia». Si la modernidad es un código, afirmaba Baudrillard, la moda es su emblema. (Lozano, J, 2000)

II. 5. La importancia de las modas

Es Simmel, quien subraya que la moda es imitación de un modelo dado, lo que satisface la necesidad de apoyarse en la sociedad

librándose del tormento de decidir, transfiriendo a los demás las exigencias de ser originales, reduciendo la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla. Pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar, a destacarse. Para Simmel, esto sucede porque siempre las modas son modas de clase. (Simmel, 1904) En este punto, Simmel parece concordar con Veblen ya que las modas de la clase social superior se diferencian de las de la inferior y son abandonadas en el momento en que ésta comienza a acceder a ellas.

Para Veblen el criterio de distinción es la novedad, esto lleva a adquirir cierto status, dado que la moda provoca alivio y reputación. *“La moda es un instrumento democrático que pretende lograr el consenso social, un medio, por otro lado dudoso, pues bajo la apariencia de una gran pluralidad y liberalidad genera una indiscutible homogeneidad.”* (Vázquez, 2005). Veblen aborda el tema de la moda como una expresión visible de la dinámica social sobre el eje del impulso de los individuos a la distinción y emulación.

Para Simmel a la moda lo único que le importa es sólo la variación. Para él las modas de hoy no son tan lujosas, dado que se incorpora a círculos más amplios, ya que es mucho más fácil hacer que las clases inferiores se las apropien, como es el caso del celular en los cuidacoche. El resultado de esta transformación de la moda, aparece como un movimiento autónomo, como un poder objetivo, desarrollado a través de las fuerzas propias, que hacen su cambio con independencia de la intervención de los individuos. Cuanto más nerviosa es una época tanto más velozmente cambian sus modas En *Las grandes urbes y la vida del espíritu*, nuestro autor sentencia que el fundamento psicológico sobre el que se alza el tipo de individualidad de la urbe es el acrecentamiento de la vida nerviosa. (Lozano, J, 2000)

Para Spencer en la vida de los individuos rigen tres tipos de ordenes: el de la fuerza, el de lo político y de lo escolástico, pero que no son suficientes para regir la vida humana, por lo tanto se necesita otro orden que es el que rige el cotidiano, que son las maneras y las modas. Definiendo a *“las maneras como lo que dicta nuestros actos menores en relación con los demás y la moda lo que regula nuestros actos menores en relación a nosotros mismos”* (Spencer, H, s/f: 93) las maneras derivan de las formas de saludar, de las frases que se

emplean y otro tipo de convenciones que provienen de los hábitos imitados a los superiores. Para Spencer también estas maneras se originan con la imitación a los superiores. Entonces el éxito de la identidad prefabricada radica en que cada uno la diseña de acuerdo con lo que previsiblemente triunfa. La moda, pues, no es sino un diseño utilitarista de la propia personalidad, sin profundidad, una especie de ingenuidad publicitaria en la cual cada uno se convierte en empresario de su propia apariencia. (Vásquez, 2007)

El estar a la moda entonces puede servirnos a sentirnos más incluidos socialmente, el tener ese aparato que todos los demás tienen, nos puede dar la sensación de ser "parte de" y no quedar "por fuera", discutimos esto en el siguiente capítulo.

II. 6. Inclusión tecnológica o digital

Encontramos diferentes miradas y análisis teóricos sobre si las TICs, y en particular la telefonía móvil, constituían una suerte de alivio a la pobreza. Por un lado encontramos a aquellos que consideran que utilizadas de determinadas maneras, en actividades específicamente planificadas, las TICs pueden aliviar la pobreza de los países, las comunidades y personas en situación de pobreza; por otro, aquellos que consideran que las TICs no son instrumentos por sí mismas de solución a la pobreza.

Se podría dejar planteada una interrogante, si es por medio de las TICs que se procura realmente un alivio de la pobreza, o sea que por tener un celular se sienten menos pobres, o en realidad, contribuyen como una herramienta a la mejoría de la calidad de vida y a la inclusión social de estos grupos de clase baja. Por contraposición a lo que se entiende por exclusión social, podemos definir inclusión social; ya que la exclusión social se refiere a un proceso de desintegración social, en el sentido de una ruptura progresiva de las relaciones entre el individuo y la sociedad. Esta exclusión es un proceso por el cual los individuos no llegan a adquirir determinados vínculos o relaciones que las personas mantienen y que les permiten dar respuesta a sus necesidades, desarrollarse personalmente, participar en la comunidad y obtener una calidad de vida satisfactoria. Son obstáculos que encuentran determinadas personas para participar plenamente en la vida social. Por lo tanto, la exclusión social se entiende como un proceso de alejamiento progresivo de una situación de integración social, en donde es muy importante que las personas adquieran inserción social y cultural; la inserción es un estado definido por la cantidad y calidad de participación de la persona en su entorno en general. Las acciones para estimular la incorporación tienen que ver con facilitar a las personas aquello que les es imprescindible para ser parte de la vida colectiva y en posibilitar que puedan aportar algo al resto de la sociedad. El objetivo es que puedan participar activamente en la vida social de la comunidad en que viven, respetando el conjunto de creencias y valores compartidos por los demás.

Muchas veces el generador de este estado de exclusión es iniciado por lo laboral y se expande a otras áreas, para esto debemos entrar en detalle al relatar la problemática generada en torno a la inclusión y el trabajo.

II. 7. Las TICs y el trabajo

Los indicadores de desarrollo humano y de cambios en la estructura de la pobreza evidencian que existe un patrón de segmentación social que se vincula con el tipo de inserción individual en el mercado de trabajo (PNUD, 2001:28) Porque al no tener un generador de identidad como es el trabajo, la mayoría de las personas se sienten excluidas de otros ámbitos.

Robert Castel designa a la cuestión social como a la incertidumbre, inquietud o enigma de una sociedad acerca de sus aptitudes para mantener la cohesión entre sus miembros. La dimensión social del trabajo presenta actualmente altos índices de desocupación, subocupación, inestabilidad, precariedad laboral, bajos salarios, pobreza estructural y la exclusión de amplios sectores de la población del sistema productivo. La falta de demanda de trabajo, tanto asalariada como no asalariada, frente a la magnitud actual de la oferta de mano de obra, está dejando un importante sector de la población económicamente activa, excluida del mercado laboral y en mucho de los casos, según el tiempo que revista en situación de desocupado, según el nivel de capacitación que detente o según al grupo etéreo al que pertenezca, entran a engrosar la categoría de “prescindibles”, por cuanto no responden a las exigencias actuales del mercado laboral. (Castel, R, 1997) Aquí podemos ubicar a nuestra población de estudio, los cuidacoches, que se encuentran excluidos del mercado laboral formal. *“La exclusión tiene indudable relación con la integración o no integración al trabajo, medio a través del cual las personas logran o no, reproducir su existencia económica. Son transformaciones del mundo del trabajo las que determinan experiencias de incertidumbre y precariedad que llevan a la exclusión”* (Baráibar, 2000: 97). En este contexto la ocupación informal, los contratos de tiempo determinado, el trabajo a prueba, los bajos salarios, como así también la sobreocupación, dan lugar a la precarización del empleo que *“parece ser un rasgo inherente a la reestructuración económica contemporánea. La misma proviene de los cambios en el llamado “empleo tradicional asalariado” que se transforma por la pérdida de la cobertura de ciertos beneficios y protecciones, y por el carácter inestable y discontinuo que adquiere el empleo*” (Filgueira, 2002: 344) Si el trabajo deja de asociarse a una serie de factores reales como la seguridad social o la efectiva provisión y, a otros factores imaginarios, como la identidad proletaria; si ser un “lumpen” deja de ser relevante, va a primar el imperativo del consumo y, por ende, pasa a ser legítimo cualquier medio para obtener la satisfacción (Fraiman y Rossal, 2008)

Estas condiciones sociales objetivas de la problemática laboral, repercuten en el sistema de relaciones sociales de los sujetos. *“La posibilidad de mantener socialmente integrados a los actuales trabajadores de escasa calificación debe basarse en la creación de nuevas bases de protecciones y seguridades —esto es, de ciudadanía—que no dependan exclusivamente de la inserción en el mercado de trabajo.”* (PNUD, 2001:30) Ya que la exclusión es entendida como el corte o debilitamiento de los vínculos que unen a individuos, familias o grupos con el resto de la sociedad. Los vínculos más importantes son el empleo para los

adultos, el sistema educativo para los niños y los jóvenes y para todos, la localización geográfica (el barrio). (Notaro, 2004:14)

Por lo tanto, la precarización del trabajo es una de estas manifestaciones que se expresa con mas intensidad en los hogares e individuos de los sectores mas pobres" (Filgueira, 2002) *"Si bien estas situaciones son identificables, lo que parece desarrollarse es una amplia zona intermedia marcada por la vulnerabilidad y precariedad, tanto en el mercado como en la relación de esta esfera con otras"* (Baráibar, 2000: 97)

Notaro citando a Katzman (1997) destaca que *"Los procesos de segregación residencial y de segmentación de servicios conducen a un progresivo aislamiento de los pobres y con ello aumentan las probabilidades de que surjan comportamientos marginales y que cristalicen subculturas. Se pierden los códigos de comunicación y se alimentan los prejuicios, aumenta la distancia y se reducen las oportunidades."* (Notaro, 2004:16). Entonces las personas se van replegando cada vez mas en su individualidad, se reduce la interacción con las personas de diferente origen social y se desalienta la sociabilidad espontánea que surge en los lugares públicos, de esta forma se pierde la convivencia urbana y los valores que encerraba para los procesos de socialización e integración social (Baráibar, 2000) *"Así, puede hablarse, no solamente de la constitución de una 'periferia precaria' sino también de una 'desestabilización de los estables', esto es trabajadores que ocupan una posición sólida y que fueron expulsados de los circuitos productivos"* (Baráibar, 2000: 93)

Entonces comprendemos como el trabajo cumple un rol esencial en lo que hemos llamado exclusión, lo que Robert Castel llama "desafiliación". El desafiliado es aquel que pierde todo contacto con los elementos que constituyen un entramado social. El primer punto de desafiliación es la pérdida del trabajo y con él la adscripción a distintas instituciones: salud, educación, incluso a la conformación de núcleos afectivos o de redes familiares. Cuando desaparece lo central que es el trabajo, se produce la incertidumbre laboral, inestabilidad en la familia y el debilitamiento en las estructuras comunitarias, y surge la vulnerabilidad social, educativa. (Castel, R, 1997)

Amartya Sen señala que en el comportamiento de las personas en el trabajo, no sólo intervienen criterios de racionalidad económica en el sentido de maximizar beneficios monetarios. En el trabajo, los empleados obtienen otros beneficios más allá del económico. El trabajo permite tener contactos sociales, desarrollar habilidades, alcanzar un estado de bienestar psicológico o mejorar el auto estima. (Mateo Pérez, s/f).

Por lo tanto, el trabajo formal forma parte del sentirse incluido socialmente y al estar fuera del mismo, se pueden incorporar nuevos elementos para poder sentirse parte del sistema, como puede ser la adquisición de un teléfono celular, llegando a modificar el habitus, cambiando las practicas comunicativas de estas personas.

II. 8. Referente al habitus

Por habitus Bourdieu entiende el conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él. Estos esquemas generativos están socialmente estructurados, han sido conformados a lo largo de la historia de cada sujeto y suponen la interiorización de la estructura social, del campo concreto de relaciones sociales en el que el agente social se ha conformado como tal. Pero al mismo tiempo son estructurantes, son las estructuras a partir de las cuales se producen los pensamientos, percepciones y acciones del agente.

Bourdieu entendía a la mediación entre las características estructurales de una sociedad y las prácticas culturales, a través del concepto de habitus, ya que este es el nexo entre las estructuras sociales y la práctica real. Bourdieu define *“la noción de habitus como un sistema de esquemas adquiridos que funcionan en estado práctico como categorías de percepción y de apreciación o como principios de clasificación al mismo tiempo que como principios organizadores de la acción, era constituir al agente social en su verdad de operador práctico de construcción de objetos”* (Bourdieu, 1992: 26) El concepto de habitus se puede distinguir en dos partes, por un lado está el Ethos (moral práctica), que es el correlato del principio práctico, que no es producto de una reflexión consiente; tenemos un esquema moral, donde tomamos las decisiones por las cuales actuamos, y por el otro lado esta el Hexis (disposiciones corporales), que es el manejo de cuerpo y la introyección que uno hace. Tiene diversas formas de relacionarse con su cuerpo, es la acción y las decisiones concretas. Es a través de estos dos conceptos que se entiende el sentido práctico.

No todos los individuos tenemos el mismo habitus, y por lo tanto se presentan diferencias, lo que determina que las personas tengan diferentes trayectorias. Por lo tanto notamos que no estamos totalmente estructurados por este habitus, sino que podemos crear nuestras propias trayectorias *“los habitus no están simple o mecánicamente superpuestos a los sujetos, como se observa claramente en el tema del consumo, sino que son parte de la expresión de los sujetos mismos”* (Alonso, s/f: 3)

Plantea Bourdieu: *“Siendo el producto de la incorporación de la necesidad objetiva, el habitus, necesidad hecha virtud, produce estrategias que, por más que no sean el producto de una tendencia consciente de fines explícitamente presentados sobre la base de un conocimiento adecuado de las condiciones objetivas, ni de una determinación mecánica por las causas, se halla que son objetivamente ajustadas a la situación.”* (Bourdieu, 1992: 23) Por lo tanto, el habitus es un sistema perdurable y transponible de esquemas de percepción, apreciación y acción, que determina como voy a ver el mundo y lo que voy a hacer.

Bourdieu toma al ser humano como un agente que se auto produce, el agente es a la vez actuado, desde el interior y actuante, desde el exterior. Las representaciones de estos agentes se enlazan con su posición en el espacio social, que es un espacio multidimensional de posiciones que está construido sobre principios de diferenciación o de distribución, y este espacio se organiza en distintos campos. Estos campos son un sistema de relaciones sociales,

definido por la posesión y la producción de un tipo específico de capitales, son la *“Red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones (...) se definen objetivamente en su existencia y por las determinaciones que imponen a sus agentes e instituciones, por su situación actual y potencial en la estructura de distribución de los diferentes tipos de poder (...) y por sus relaciones objetivas con las otras posiciones”* (Bourdieu, 1992: 72).

Advertimos que el habitus se da en diferentes campos y estos están estructurados por el capital que se acumula y se transmite. Para Bourdieu, los sujetos no tienen fines determinados a los que concluyen racionalmente, sino que a veces se llega a fines sin racionalidad. *“cada sistema de disposiciones individual es una variante estructural de los otros, donde se expresa la singularidad de la posición en el interior de la clase y de la trayectoria. El estilo 'personal', es decir, esta marca particular que llevan todos los productos de un mismo habitus, prácticas u obras, no es nunca más que una distancia en relación al estilo propio a una época o a una clase”* (Bourdieu, 1980: 101)

Será a partir del habitus que los sujetos producirán sus prácticas, ya que éste es la interiorización de las estructuras a partir de las cuales el grupo social en el que ha sido educado produce sus pensamientos y sus prácticas, formará un conjunto de esquemas prácticos de percepción, apreciación y evaluación a partir de los cuales se generarán las prácticas, o sea las elecciones de los agentes sociales.

Por lo tanto, teniendo en cuenta la discusión teórica expuesta anteriormente se buscará darle respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los diferentes usos que se les da a los celulares, y si estos facilitan o estimulan la inclusión social, dentro de los sectores trabajadores bajos, tanto en calificación como en remuneración?

La hipótesis planteada es que por medio de las TIC`S, y particularmente el celular, se logra que exista una mayor inclusión social por parte de los cuidacoche, que realizan un uso incluyente y no un mero consumo de esta tecnología, dado que constituyen recursos como para proveer diversos tipos de información, bienes y servicios a los ciudadanos, logrando a través del celular una organización mejor en el manejo de tiempos y espacios. Las personas que no cuentan con acceso a las TICs, por lo tanto, tienen una mayor probabilidad de estar crecientemente marginadas.

Por ello, esta investigación se propuso como objetivo general conocer cual es el uso que le dan al celular estos sectores trabajadores, en su vida diaria, conocer también el por qué de estos usos, y cual es el significado que éstos tienen, para saber si realizan un uso incluyente o un mero consumo de esta tecnología, para luego confirmar si facilitan o no a la inclusión social de estos sujetos.

Los objetivos específicos de esta investigación se desprenden de lo anteriormente expuesto y actuarán como ejes articuladores, estos son:

- Describir cual es el perfil social de los cuidacoche
- Realizar entrevistas a los cuidacoche para averiguar cuales son los usos que estos les dan al celular.

- Establecer si el celular estimula o no la inclusión social por parte de estos sectores.
- Explicar la forma en que estos sectores transforman sus relaciones en la vida cotidiana, mediante el uso del celular.

III. ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN:

III. 1. Diseño metodológico

Una vez que se ha definido el tipo de estudio que vamos a realizar y las hipótesis de investigación, el investigador debe concebir la manera práctica de responder a las preguntas de investigación. Esto implica desarrollar un diseño de investigación y aplicarlo al contexto particular de su estudio. El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas formuladas en la investigación. (Hernandez, R; Collado, C; Baptista, P; 1991)

El diseño de esta investigación se caracteriza por ser una aproximación descriptiva ya que lo que buscamos es describir una situación, o sea ver como es y como se manifiesta el fenómeno del teléfono celular en los cuidacoches. Los estudios descriptivos dice Hernández citando a Danhke *"buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis"* (Hernandez, R; Collado, C; Baptista, P; 1991).

La metodología que elegiré para llevar a cabo esta investigación va a ser cualitativa dado que quiero interpretar una situación desde el punto de vista de los sujetos involucrados, que en este caso son los cuidacoches. Este tipo de metodología es la más adecuada en esta investigación social ya que se intenta la comprensión del sentido de los cambios que se dan en los cuidacoches al apropiarse de esta tecnología

Entonces para los investigadores cualitativos describir es recolectar información, para luego describir lo que se investiga, por lo tanto en esta investigación se estudiará sobre un tema en el que existen pocos antecedentes, ya que la telefonía celular es un tema muy reciente, del cual hay pocas investigaciones. Se busca saber cuales son los diferentes usos del celular que exponen los cuidacoches en sus respectivos discursos.

III. 2. Técnicas empleadas

La técnica utilizada para la recolección de la información primaria fue la entrevista semi-estructurada basada en un guión de preguntas que tiene sus raíces en el modelo conversacional, son un conjunto de preguntas pero la redacción no es exacta, ni el orden de las preguntas está predeterminado. Es una técnica de aplicación muy similar a la entrevista periodística. A esta técnica se le denomina también entrevista focalizada, ya que es un proceso de entrevista altamente intensivo, rápido y focalizado.

Para tratar de investigar este grupo social conté para ello con las vivencias o creencias de estas personas, mediante una serie de entrevistas para poder comprender mejor

la relación que tiene estas unidades de análisis con las TICs y en particular con los celulares, saber cuales son los diferentes usos que les dan y si estos estimulan o no a la inclusión social.

El objetivo de estas entrevistas es que los cuidacoches nos brinden información acerca de los usos mas frecuentes que le dan al celular, saber cual es el relacionamiento de ellos con este servicio, y si éste llega a transformar sus relaciones tanto laborales como sociales. Las entrevistas fueron aplicadas mediante entrevistas semi-dirigidas personales, entonces se orientan las preguntas de forma que queden comprendidas, si bien es cierto que el entrevistado tiene plena libertad discursiva, esta estará sujeta a ciertos temas y preguntas más específicas que se expresan en la pauta de entrevista. El objetivo de la entrevista es mantener a los participantes hablando de cosas de su interés y cubrir aspectos de importancia para la investigación en la manera que permita a los participantes usar sus propios conceptos y términos.

La unidad analítica mínima en el análisis de las entrevistas es la frase o conjunto de frases con sentido completo. La principal exigencia que debe cumplir un segmento del texto a efectos de ser codificado, es contener una idea central relevante. Por lo tanto se extrajo de los cuidacoches esta unidad de análisis, que son las frases emitidas por cada uno de los entrevistados.

En el trabajo de campo las entrevistas fueron realizadas a una muestra de diez cuidacoches del barrio Cordón, mediante una pauta estandarizada. Con estas entrevistas, creemos llegar a un nivel aceptable de redundancia de la información y homogeneidad de los discursos, lo que nos permite suponer que constituye una muestra cualitativa veraz y confiable, ya que se llegó a cumplir con el criterio de saturación, y por lo tanto se dejó de encontrar algo nuevo en el campo, dado que los entrevistados comienzan a repetir los mismos discursos y se creyó conveniente cerrar el trabajo de campo.

La pauta de la entrevista (Ver anexo VI) constó tanto con preguntas cerradas como preguntas abiertas. Ya que se pretendió con las primeras describir el perfil socioeconómico de los cuidacoches. Y con las preguntas abiertas, se trató de estimular a los entrevistados para averiguar cual es la percepción que tienen del celular y su auge en los últimos años. El cuestionario fue aplicado mediante una entrevista personal entre el principio del mes de junio y fines del mes de julio del año 2008, y duraron alrededor de 20 minutos cada una.

Sabemos que al hacer metodología cualitativa, la cantidad de entrevistados en este trabajo se determinará por saturación, que es cuando ya no ocurre nada nuevo en el campo, y por lo tanto se debe cerrar esta etapa. La muestra es pequeña, dado que se llegó al nivel de saturación deseado, y se cree que con sus discursos se refleja el fenómeno estudiado en sus diversidades. Por esta razón los participantes no se eligen de forma aleatoria, se trata siempre que estén representados como mínimo aquellos informantes que puedan afrontar mayor volumen y calidad de información. Entonces, se entrevistará a aquellos sujetos que pueden ser más representativos dentro de los subgrupos que se definieron en la observación. Ellos no

pueden ser definidos en la muestra, ni cuántos son, ni quiénes son; a este tipo de muestra se le llama muestra intencional y se selecciona posterior al comienzo de la investigación.

Por lo tanto se realizará una muestra en el barrio Cordón no-probabilística intencional, va a ser no-probabilística dado que el proceso de selección va a depender de las decisiones que se tomen, y no de que todos tengan las mismas probabilidades de ser elegidos. *“En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra”* (Hernández, R; Collado, C; Baptista, P, 1991: 305). Por lo tanto, el criterio de elección consistió en optar por aquellos sujetos que pudiesen ser representativos del universo de estudio. Los criterios de delimitación del universo de estudio son:

- *Que sean cuidacoches:*

Este criterio se fundamentó en el hecho de que nos permitió contextualizar a las unidades de análisis dentro de un mismo nivel socio-económico, dado que casi todos tienen bajo nivel tanto en remuneración como en calificación, ya que el nivel educativo está fuertemente asociado al tipo de capital social de los individuos y a su posición económica dentro de la estructura social.

- *Que tengan celular:*

Este criterio radicó en la importancia de garantizar cierta homogeneidad entre los entrevistados, y es lo que nos permite indagar en la propia experiencia personal de nuestras unidades de análisis.

-*Que trabajen en el barrio el Cordón:*

Esto se debe tanto a cuestiones de accesibilidad como el hecho de entender que existe una marcada diferencia en las realidades cotidianas de quienes viven en la capital y específicamente en el barrio Cordón y quienes residen en el Interior, marcada principalmente por las distancias.

Cabe señalarse que al comenzar el trabajo de campo se pensó en trabajar con los cuidacoches tomados en grupos etarios, divididos en menores de edad y adultos, para averiguar cuales eran los distintos usos que realizaban de los celulares, y que había detrás de ellos, para averiguar si se denotaba una diferenciación por parte de los diferentes grupos de edades, con el fin de comparar luego los resultados. Pero al comenzar a recorrer el barrio Cordón no se logró ubicar a menores de edad ejerciendo el oficio de cuidacoches. Y por lo tanto se concluyó que, dado que no sería posible realizar la comparabilidad prevista, se optó por trabajar solamente con cuidacoches adultos.

La técnica metodológica planteada nos permitió acercarnos a las opiniones, sentimientos y significaciones que los entrevistados tienen acerca del uso de la telefonía celular. Además, a través de las entrevistas semiestructuradas pudimos responder a los objetivos planteados. El clima general de las entrevistas, se caracterizó por la amabilidad y la apertura de los entrevistados. Una de las características a destacar es la homogeneidad de los discursos entre los entrevistados. En general todos tienen opiniones muy similares sobre el celular, y se determinan en la mayoría las mismas ventajas y problemas percibidos. Creemos

que esta homogeneidad se debe a que estos cuidacoches viven situaciones socio-económicas similares, ya que las personas de determinadas clases sociales comparten los mismos gustos de aquellos que comparten un mismo habitus social.

FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO DE CAMPO:

A continuación se presentan los cuadros con los datos de cada entrevista realizada:

	Diego	Homero	Andrés	Marta	Rosa
Número de entrevista	1	2	3	4	5
Fecha de realización	03-jun	06-jun	10-jun	18-jun	24-jun
Lugar	Emilio Frugoni y Rodó	A. Monterroso y Requena	Miguel del Corro y Rivera	Joaquín de Salterain y Chana	Guayabo y Juan A. Rodríguez
Duración	20 min.	24 min.	11 min.	21 min.	22 min.
	Nacho	Juan	Pablo	Carlos	José
Número de entrevista	6	7	8	9	10
Fecha de realización	04-jul	07-jul	15-jul	21-jul	24-jul
Lugar	A. Monterroso y Joaquín de Salterain	Arenal Grande y Rodó	Rodó y Gaboto	Rivera y Requena	Eduardo Acevedo y Guayabo
Duración	23 min.	19 min.	20 min.	26 min.	25 min.

IV. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS:

IV. 1. Introducción

Uno de los elementos primeros a señalar es que no todos los cuidacoches que fueron abordados tenían un celular, cabe recordar que el trabajo de campo fue realizado en 2008, esto da cuenta de un estado de desarrollo menor que en la actualidad, dado que hoy en día la telefonía celular se encuentra más difundida que en el momento de la realización de las entrevistas, por ello no todos estaban incluidos a la hora de llevar a cabo la entrevista y por lo tanto se comprobó que el número de usuarios de celulares en los cuidacoches era menor de lo esperado.

Cabe señalar que hay una mayoría de hombres que de mujeres cuidacoches a los que se les realizó las entrevistas, también se destaca que en su mayoría son adultos mayores, ya que no se logró ubicar a personas más jóvenes.

Como eje de nuestra investigación se encuentra el tema de la inclusión social por parte de los cuidacoches, el cual creemos que está vinculado con diversos conceptos desarrollados en el marco teórico y que aquí serán retomados en los subcapítulos para analizar nuestros datos. A continuación presentaremos fragmentos de entrevistas, que a nuestro parecer consideramos significativas y explicativas de los lineamientos antes propuestos en nuestro trabajo. Para comenzar con la presentación de los resultados, es importante destacar

el estado de situación estos cuidacoches, ya que todos ellos tuvieron un trabajo formal, y actualmente están desempeñándose como trabajadores informales.

IV. 2. Con respecto al trabajo

Estos cuidacoches expresaron estar expulsados del mercado de trabajo formal, ya que todos manifestaron estar en esta situación, y por eso van a parar al sector informal, por lo tanto se da una precarización del trabajo en estos cuidacoches. Como están expulsados del mercado de trabajo formal se encuentran vulnerables a la exclusión social. Recordemos que esta desafiliación, como la llama Castel, no implica ausencia de relación social sino un conjunto de relaciones sociales particulares a la sociedad como un todo. Por ello, las relaciones de trabajo son importantes en las bases de las relaciones sociales, pero al aumentar la precariedad laboral, unida a la baja cobertura del seguro de desempleo implica un cambio muy importante en las reglas del juego para estos cuidacoches. Porque como nos manifestaban, hay cada vez menos empleos estables a los que retornar y las oportunidades de empleo que tienen se dan a través de la realización de tareas esporádicas, como "changas", que generalmente son mal remuneradas. Para estos trabajadores todo ello implica una ruptura, con respecto a lo que constituyó su experiencia laboral pasada, ya que muchos de los entrevistados manifestaron haber tenido trabajos formales:

"Antes trabajaba de marino mercante" (José, 62 años)

"Estuve laburando mucho en una carpintería" (Diego, 21 años)

"Si, militar" (Carlos, 73 años)

"Estuve trabajando en un taller de chapa y pintura, volantero" (Pablo, 31 años)

"Trabajé en una fábrica de acero" (Juan, 32 años)

Sabemos que el tener un trabajo formal, forma parte de estar incluido socialmente, pero hay que destacar que el objetivo de la inclusión es parcialmente distinto de la reducción de la pobreza, ya que si se deja de ser pobre, no quiere decir que se pase a estar incluido socialmente, sino que esta inclusión va a depender de diversos factores.

Por eso nos preguntamos si obteniendo un celular realmente las personas son menos excluidas, pero hay que advertir que no se trata de una situación dicotómica entre excluidos e incluidos, sino de matices entre estos dos polos.

Sabemos que los cuidacoches entrevistados, aunque trabajen en el barrio Cordón, en su mayoría viven en barrios carenciados, donde encuentran alquileres que ellos pueden llegar a costear, esto también forma parte de la exclusión que viven, ya que los lugares donde residen forman como una barrera al acceso a trabajos formales, proceso llamado segregación residencial. Esto nos podría estar dando cuenta que por esto a la mayoría de estas personas se les cierran oportunidades laborales en el mercado formal, cayendo cada vez más en la exclusión social.

Se constató en las entrevistas que todos tuvieron en algún momento de sus vidas un empleo formal, o mas de uno. Pero con los cambios que se han dado en el mercado de trabajo, como la precarización del empleo y la modificación de la oferta de trabajo, se produjo un aumento de la forma de trabajo precario, se nota como esta flexibilidad empujó a los entrevistados hacia posiciones marginales e inseguras. Surgen evidencias para manifestar que se ha dado en estos cuidacoches una “desestabilización de los estables”, ya que antes se encontraban en una posición en el mercado de trabajo formal y ahora se encuentran expulsados del mismo.

Es síntesis, podemos advertir a partir de los discursos de los entrevistados, que se trata en la mayoría de los casos de personas con perdidas de sus trabajos formales, y que se vieron en la necesidad de recurrir a efectuar el trabajo de cuidacoches, por lo tanto esto es un eje en común que caracteriza a mi población de estudio y puede ser un elemento que contribuya a entender un punto de partida de todos ellos. Debido a que perdieron su marco de inclusión en el ámbito laboral formal, buscan otros tipos de inclusión, entonces es muy probable que estas personas consuman diversos bienes, como es el teléfono celular, para sentirse incluidos socialmente y por lo tanto, pasen a construir sus identidades en torno al consumo.

IV. 3. ¿Por dentro o por fuera? Exclusión social

Aparecen en algunos discursos la necesidad de saber utilizar el celular, como para no quedar excluido, a continuación exponemos algunas percepciones de nuestros entrevistados acerca de la posibilidad de quedar excluidos si no tienen acceso a esta tecnología:

“hoy en día si no tenes un celular es más difícil de que te ubiquen para conseguir trabajo”
(Rosa, 56 años)

“al que no lo quiere tener, porque dice ¿pa que quiero tener eso yo si yo no lo se manejar? hay mucha gente que no lo sabe manejar pero yo que no lo sabía manejar, se aprende, sino está bravo...” ***(Marta, 50 años)***

Nos preguntamos si esta exclusión que sienten los cuidacoches se da realmente como decía Castel, por condiciones sociales desfavorables de la problemática laboral, que repercuten en el sistema de relaciones sociales de los sujetos, o no. Creemos que si bien el trabajo cumple un rol esencial en lo que hemos llamado exclusión, ellos mismos se sienten excluidos por otros factores del ámbito social, uno de ellos es el estar a la moda o no, aunque a veces sea difícil de reconocer.

La moda es intrinsecamente transitoria ya que una vez que está instaurada y se masifica deja de tener sentido en sí misma y se generan nuevos criterios para poder estar a la moda, aunque no sabemos que es lo que sucederá con esta “moda del teléfono celular”, lo que sabemos con seguridad es que hoy en día, tener un celular es muy atractivo para un sujeto de clase baja, aunque con anterioridad lo que se entendía por estar a la moda respondiera a otros criterios. Por ello coincidimos con lo expresado por Veblen, ya que este proceso tiene la ventaja de poner de manifiesto y ofrecer al observador una indicación de nuestra situación pecuniaria

que se puede ver a primera vista. De esta manera valorizan la obtención de este tipo de bienes que les permiten distinguirse al interior de su grupo social, evidenciando su capacidad ociosa y emulando a clases más altas, ya que este consumo mejora la fama del consumidor, dado que es de cosas superfluas, como es la compra de un teléfono celular, ya que estos cuidacoches dejan de tener cosas importantes para mejorar su calidad de vida, y optan por tener un objeto que es mas superfluo para sentirse a la moda, coincidiendo nuevamente con Veblen porque ninguna clase social, ni siquiera la más pobre, abandona todo consumo ostensible consuetudinario. Estos objetos no se abandonan, a no ser que se encuentren bajo la necesidad mas extrema. Se soportan muchas miserias e incomodidades antes de abandonar estos tipos de bienes que les permiten distinguirse. En la sociedad en que vivimos esta coerción a tener estos objetos se ejercen por diversas vías, ya sea el miedo a ser diferente, a quedar excluido o a no tener ese objeto que forma parte de la identidad social, como es el celular

“mismo cuando uno se queda sin tarjeta se nota eso, enseguida vas y te compras una, porque es como que te está faltando algo” (Pablo, 31 años)

Advertimos como los entrevistado le adjudican un valor muy importante en sus vidas, se siente en la necesidad de tener una tarjeta para poder estar comunicado con el resto del mundo, pareciera que cada vez mas las publicidades nos dicen lo que tenemos que hacer, que consumir y dentro de este consumo encontramos el de la telefonía celular, que es un consumo ostensible, no importa cuan bueno sea, ni cuantas funciones tenga activas, sino lo que vale es el modelo, que se vea bonito, para permiteles jactarse de ellos. Estamos de acuerdo entonces con lo que plantea Baudrillard porque notamos como se le ofrece al consumidor un objeto en relación a su significado colectivo, como estar a la moda o pertenecer a cierto grupo social.

Nadie quiere sentirse aislado, todos queremos de alguna manera compartir con otros y sentirnos pertenecientes a algo, pero a la vez queremos diferenciarnos, afirmar nuestra individualidad. Por lo tanto comprendemos a la moda como producto de una demanda social, que no se halla justificada en una necesidad sino que está más bien justificada desde un punto de vista material.

Pero la moda no es un tema superficial o secundario ya que esta, es la única forma que tienen los individuos para expresarse en sociedades densamente pobladas, y ser aceptados por los otros. A diferencia de las ciudades con pocos habitantes donde la vida es mucho más monótona y lo nuevo genera rechazo, en las ciudades modernas con grandes concentraciones de habitantes (cosmopolitas), la vida es más agitada y todo cambia con mayor velocidad, la moda es un vehículo para manifestar ese cambio. Todo cambia permanentemente, como el modelo de celular, y lo nuevo se vuelve moda.

Pero ¿esta obtención del teléfono celular es realmente lo que hace que se sientan incluidos socialmente? Creemos que en parte favorece a que los individuos no se sientan por fuera de la sociedad, el tener lo que “todo el mundo tiene”, pero no es lo único que importa, ya que si la gente no siente disminuir sus desigualdades reales, nunca se va a sentir totalmente incluida.

Por lo tanto, creemos que este consumo es paliativo, porque el éxito no se encuentra en esta mera sustitución de valores por posesiones.

“y para mi significa todo, es importante...yo que se, ahora sino lo tengo no se como hago, es raro, ya uno se acostumbra” (Diego, 21 años)

Advertimos el gran significado e importancia que tienen los teléfonos celulares en sus vidas, pero creemos que lo que realmente implica el tener un celular para estas personas de clase baja en la sociedad actual es tener incluidos ciertos valores de esta época actual, coincidimos entonces con la expresión de Morales (2006) la cual nos afirma que la utilización de las TIC no alivia la pobreza, pero sí es un soporte cultural y socializador en la sociedad y época en que vivimos favoreciendo a una circulación más amplia por lo social, ya que, como nos demuestran nuestros entrevistados, se ven empujados por la sociedad a renunciar a su deseo individual y lo han suplantado por el deseo social.

Por lo tanto, no sirve para que los individuos de las clases más desfavorecidas se encuentren en una posición de inclusión social completa, sino para adoptar los nuevos valores y códigos que se manejan en la sociedad actual, y esto de cierta forma contribuye a una inclusión, aunque es parcial.

Pero no logramos definir claramente esta cuestión entre el acceso y el uso que se ve distinguida en lo que Corona y Jasso (2005) llaman el “know-what y el know- why, ya que algunos de los entrevistados no manifestaron demasiado interés en saber utilizar la tecnología,

“pal que lo sabe usar te debe de facilitar un montón de cosas, pero para mi, me sirve pa las llamadas nomás.” (Andrés, 60 años)

Notamos como el entrevistado no muestra ambiciones de poder obtener mas provecho de esta nueva tecnología, reconoce que trae un montón de beneficios pero para las personas que la saben utilizarla, demuestra un interés en simplemente en tenerla, lo cual podríamos adjudicarle a la moda, en cambio otros expresaron saber apropiarse de esta tecnología, y por lo tanto saber usarla. Esto es lo que definimos como un uso incluyente, ya que los cuidacoches mediante un proceso de aprendizaje social domina a la tecnología y desarrolla nuevas prácticas de uso, como el adoptar al teléfono celular a su propio trabajo, y convertirlo en una herramienta más.

A modo de resumen podemos decir que tener un celular para estos cuidacoches es un objeto muy atractivo, el cual les va a permitir igualarse con el resto de las personas que poseen uno, pero esto no quiere decir que pasen a estar incluidos socialmente, sino tener incluidos ciertos valores de la época en la que estamos viviendo, donde tener un teléfono celular es realmente importante y en algunos momentos realmente imprescindible.

IV. 4. Percepción de los cuidacoches acerca de la importancia del teléfono celular

Aparecen en algunos discursos la necesidad de saber utilizar el teléfono celular como para no quedar excluido:

“Igual parece ahora que si no lo tenes, no sos nadie, te morís.” (Pablo, 31 años)

“para mi es importante, es una tecnología que te permite estar comunicado todo el tiempo, siempre y cuando tengas tarjeta” (Rosa, 56 años)

Se aprecia como ha pasado a sentirse totalmente dependiente de la tecnología, antes esto no era así, se vivía tranquilamente sin un celular pero dada su masificación pareciera como si esto no fuera posible. El miedo a perder nuestras propiedades podría estar reflejando el miedo a no ser nadie o dejar de ser quienes somos.

Parece que algunos de nuestros entrevistados se están rigiendo por “ser lo que uno posee” pero entonces pueden llegar a convertir sus propiedades en su propia identidad, cosificándose con lo que poseen y perdiendo su individualidad, transformándose en consumidores y dependientes de la tecnología.

El no tener lo que todo el mundo tiene, hace que se le tema a la exclusión, el estar fuera de la moda, y para evitarlo por ejemplo, nos proponemos estar permanentemente comunicados con el resto de la sociedad a través del mundo de la telefonía celular, o al tanto de cualquier avance tecnológico

“Lo que pasa es que nosotros nos tenemos que ir mas modernizando, ¿verdad? No tenemos que ir para atrás, tenemos que ir para adelante” (Homero, 55 años)

“Antes no me llamaba la atención el celular, pero hoy en día ahora que uno trabaja me parece mas imprescindible” (Juan, 32 años)

Resaltan lo importante que es avanzar a medida que la tecnología avanza, se nota la mirada de actualización tecnológica que tienen los entrevistados, las personas quieren y necesitan estar al día con la tecnología para nos sentirse por fuera. Estas nuevas tendencias nos llevan a estar al día con todo, o por lo menos hacer el intento de no quedar fuera de lo último, ya sea el último celular o lo último de moda.

Pero no todos demuestran esta predisposición con el celular ni piensan que es tan importante

“a mi nunca me importó, nunca me interesó, lo compre ta, por cualquier cosa, por un caso de emergencia, si se enferma un familiar o algo pa estar comunicado” (Pablo, 31 años)

Creemos que esto es una tendencia a la anti-moda, como la definía Simmel, ya que la persona se comporta ante las cosas de igual manera que el que busca estar a la moda, sólo que rigiéndose por la categoría inversa, mientras uno exagera cada elemento, el otro lo niega. Hasta puede ocurrir que llegue a ser moda el ir contra la moda.

Esto se constató al salir al campo ya que no todos los cuidacoches poseían un celular, pero al reflexionar sobre esta situación podemos explicarlo por otras razones, dado el hecho de que la mayoría de los cuidacoches poseen un bajo nivel educativo, junto a la falta del hábito, y sumado a que en su mayoría son adultos mayores, estaría justificando la no posesión del celular en varios casos.

Este miedo a ser distinto, a no vestirse adecuadamente, entre otras pautas del lugar y época en la que vivimos, podrían estar reflejando el comportamiento en este consumo de los

teléfonos celulares. Entonces, se estaría haciendo énfasis en lo que Castells (2000) señala como una nueva forma social en nuestras sociedades, ya que muestra que las personas que no saben cómo utilizar la tecnología, se pueden encontrar fuera del sistema.

Destacan la importancia de los cambios que ha traído aparejado el teléfono celular, algunos argumentan que ha cambiado la forma de comunicación entre las personas

“cambió mucho, en mi época eso ni se pensaba que le ibas a mandar un mensaje así y al ratito te llega la respuesta, la forma mas que nada, de cómo se comunican los chiquilines hoy en día, mas que nada es lo que cambió” (Andrés, 60 años)

“la ventaja que yo tengo es que como en casa tienen todos, me puedo comunicar con ellos al toque” (Nacho, 22 años)

“pa mi te da mas libertad el celular, te pueden encontrar en cualquier lado, es otra cosa. Yo siempre lo tengo, siempre ando con él, entonces si me necesitan pa algo me llaman y ta, saben que les respondo al toque. Y lo mismo yo si necesito algo, esta bueno eso.” (Pablo, 31 años)

Se esta dando lo que Castells denomina tiempo atemporal, ya que con el celular el sentido de un tiempo y un espacio fijo se ha perdido, y como lo manifiestan nuestros entrevistados se da una comunicación instantánea con cualquier persona en cualquier parte del mundo.

Entonces se destaca como cambió la forma de comunicación entre las personas, la facilidad y la rapidez con la que están en contacto, por lo tanto es de consenso que la mayoría plantea lo importante que es saber utilizar un celular en la sociedad de hoy en día. Se está coincidiendo con lo que expresaban Bonina y Rivero Illa ya que los pobres y las poblaciones de los sectores rurales están aprovechando la telefonía móvil, no solo como medio de comunicación con familiares y amigos, sino para encontrar empleo y obtener ayuda en casos de emergencia.

“si porque pasa cualquier cosa ahora en el trabajo y yo tengo el número de la comisaría y llamo, sino tengo que ir allá donde hay un teléfono público porque acá no te prestan ningún teléfono” (Marta, 50 años)

“para mi es importante tener un celular porque es un mejor servicio, fijate yo antes no lo tenia y ahora que lo tengo, que tuve la posibilidad de comprarlo, me sirve pila” (Nacho, 22 años)

“en algún caso de emergencia nomás, si veo que pasa algo, llamo al 911, pero no muchas veces” (Rosa, 56 años)

Advertimos como la tecnología se está abriendo paso en el mundo de las telecomunicaciones y es posible preguntarse si realmente tantos desarrollos tecnológicos son indispensables para tantos, si bien es cierto que estos avances responden a necesidades, es evidente que en las últimas décadas estas innovaciones han colaborado con el consumismo, pareciera que las nuevas tecnologías crean nuevas necesidades

En suma estos cuidacoches le dan mucha importancia al teléfono celular, ya que lo ven como una necesidad para no sentirse por fuera del resto de la sociedad, también reconocen la importancia del avance tecnológico y como ha cambiado en estos años la forma de comunicación de las personas, lo que nos lleva a preguntarnos si es posible que se haya dado

una transformación en el habitus de estos cuidacoches al incorporar el teléfono celular en sus vidas

IV. 5. Habitus renovados

En el caso de los cuidacoches, la edad no se muestra como un factor determinante para el aprendizaje del celular, por ejemplo una de las cuidacoches de 50 años nos decía:

“para comunicarte es lo mejor que hay ahora, porque sea pa cualquier cosa,... lo necesitas...yo por lo menos es por algún...familiar o la policía porque a veces dos por tres andan robando autos y uno tiene que andar llamando, pero eso es la utilidad de uno.” (Marta, 50 años)

Notamos como en todas las generaciones estas nuevas prácticas se han incorporado, se han constituido a través de las nuevas generaciones, consecuencia del uso constante del celular en su vida diaria, estos cuidacoches han transformado su vidas, ya que lo encuentran necesario para su diario vivir. Recordemos que las preferencias culturales no operan en un vacío social, dependen de los límites impuestos por las determinaciones objetivas pero a su vez dan lugar a un conjunto de prácticas distintas, por ello, podemos referirnos a la incorporación del teléfono celular entendido como una interiorización que, pese a tener cierto grado de determinismo, permite la reflexividad del agente social, y con ello la adaptación de estas nuevas prácticas comunicativas.

Con la incorporación del teléfono celular, nuestros entrevistados manifiestan que lo utilizan a diario y con facilidad para determinadas cosas, y plantean lo importante que es saber utilizarlo

“me parece imprescindible tener un celular si, mas que nada por casos de emergencia, vos andas en la calle y te pasa algo... por casos de emergencia. Antes no me llamaba la atención el celular, pero hoy en día ahora que uno trabaja me parece mas imprescindible” (Juan, 32 años)

“Ah! Si... para buscar trabajo me sirve si. Y que ellos me llaman y me pueden ubicar... pero mejor porque como yo no tengo teléfono de línea lo uso para trabajar y me sirve más el celular.” (Rosa, 56 años)

Queda señalada la importancia que le dan los entrevistados al celular, ya que destacan lo imprescindible que lo encuentran para su vida, aunque sabemos que las condiciones de vida diferentes producen habitus distintos, ya que las condiciones de existencia de cada clase imponen maneras de clasificar, apreciar, desear y sentir lo necesario, pero estos cuidacoches al tener incorporado un mismo habitus de clase no quiere decir que deban actuar de una forma determinada por pertenecer a una clase, sino que el habitus funciona en forma inconsciente y orienta a un sujeto a actuar y percibir según la posición que ocupa en el espacio social, por lo tanto no todos van a realizar las mismas prácticas, aunque consuman un mismo objeto.

Tomando como ejemplo al gusto por tener o no un teléfono móvil, y además el modelo del mismo, se constató que todos los cuidacoches tienen el mismo estilo de celular, los que son de bajo costo y no muy sofisticados, lo que estaría determinado por su posición de clase, estas

clases existen en las culturas del habitus. Estas clases sociales son campos de diferencias, y las diferentes clases sociales se reproducen a través de la reproducción de su cultura, y por lo tanto el consumo sirve para diferenciarse entre ellas.

Percibimos como se sienten en la necesidad de actualizarse con las nuevas tecnologías que van surgiendo, la adaptación de estas nuevas prácticas lleva a que tengan que estar formándose permanentemente, para no quedar en un futuro rezagados, dado que el habitus es una estructura que nos limita y nos permite desarrollar nuevas rutinas de acción.

“Yo me siento igual, o sea antes cuando tenía el primer celular, ahí si me sentía un poco diferente a los demás, uno andaba con ese “ladrillo” y la gente te miraba, era mas raro ahí tener un celular, pero ahora como todos tienen uno, ya no te hace sentir distinto, sino igual” (José, 62 años)

Esta frase refleja como los cambios y transformaciones de los modelos culturales y de valores no son el resultado de sustituciones mecánicas, hay que comprender los procesos de adaptación, hay que prestar atención a la coexistencia de las nuevas condiciones y las disposiciones adquiridas con anterioridad, y es el habitus el principio generador de nuevas prácticas que les permiten adaptarse de acuerdo con las coyunturas y las circunstancias en contextos específicos.

Al incorporar nuevas prácticas como es el uso del teléfono celular, se pueden llegar a generar conflicto o abismo generacional, porque se produce entonces un desfase del viejo habitus con respecto a las nuevas condiciones, y en el agente ese desfase se traduce en prácticas poco adaptadas:

“...no se yo de eso, no soy muy de la tecnología de las cosas nuevas, ahora los jóvenes andan con todas esas cosas nuevas, yo no las entiendo mucho” (Carlos, 73 años)

“igual yo prefería llamar porque mucho no lo se usar a eso (refiriéndose al mensaje de texto), mis nietos lo usan a cada rato y me han intentado enseñar, pero yo... tras que no veo muy bien y no entiendo mucho, me cuesta.” (Rosa, 56 años)

Advertimos como se constató a través de las entrevistas que las persona mayores les cuesta mas adaptarse a lo nuevo, dado que estas personas vienen con un habitus dado, que es difícil de cambiar, y genera confusión al adoptar practicas nuevas, mas para las generaciones mayores, ya que las primeras experiencias en las personas tienen gran importancia, a causa del habitus que tiende a asegurar su propia persistencia, es un mecanismo de defensa contra el cambio, rechazando todo lo nuevo y limitando a las personas a habitus que no sean adecuados, por eso podemos constatar rechazo en algunos casos al utilizar el teléfono celular. Dado que el habitus reintroduce la dimensión histórica en el análisis de la acción de los agentes mediante esta estructura generativa que asegura la actuación del pasado en el presente.

En síntesis podemos advertir como lograron modificar su habitus, ya que le agregaron un elemento nuevo a su vida, y lo utilizan ya sea como una herramienta de trabajo o para estar comunicados, por lo tanto surgen evidencias para afirmar que están incorporando a sus vidas

nuevas prácticas comunicativas. A continuación detallaremos los diversos usos que realizan de esta nueva práctica

IV. 6. Usos del teléfono celular

Los cuidacoches entrevistados hacen un uso diverso del teléfono celular, ya que a un mismo significante se le pueden atribuir varios significados. Se constató que uno de los usos más frecuentes del teléfono celular que aparecen en los discursos de los cuidacoches es como herramienta para el trabajo:

“para mi todos los que tenemos este trabajo, tendríamos que tener todos un celular porque uno nunca sabe cuando lo va a precisar ¿vivo? cuando le puede pasar algo, porque uno esta solo todo el día en la calle y no es fácil.” (Carlos, 73 años)

“a mi me sirve pa trabajar porque es como una herramienta (...) Y acá pa mi laburo me sirve, porque si yo veo algo y llamo al 911, a mi me han pasado cosas acá y los llamo y vienen.” (Nacho, 22 años)

“lo que pasa que antes no había nada, ahora aunque sea con el celular uno...se maneja...antes pa llamar pa un teléfono pa un trabajo si no tenés teléfono en tu casa tenés que esperar que te llame un vecino y a veces no te avisan... el celular si vos tenes pa un trabajo ya te hablan o te mandan un mensaje. Y aparte es mas barato también...” (Marta, 50 años)

Se hace cada vez más necesario en los cuidacoches la capacidad de adaptación a esta nueva tecnología, dado que la sociedad va cambiando de forma vertiginosa ellos se ven en la necesidad de apropiarse de estas para su propio sustento, y de afrontar los cambios que se han producido con el surgimiento de estos nuevos aparatos, pero también deben aprovechar los beneficios que les ofrecen para mejorar su calidad de trabajo

“Yo al celular lo veo como una herramienta de trabajo, fijate que yo acá (muestra el celular) tengo los números de las personas que les cuido los coches, y yo tengo la llave del auto de varios y ponele que me llaman y me dicen “che José, ya salí del laburo, ¿no me moves el auto?” y tengo que traerles el auto para acá, así vienen y yo ya les cobro.” (José, 62 años)

“te sirve pa estar comunicado, porque de repente no hay teléfono en la calle, de esos públicos, y tenes que caminar 10 cuadras para llegar a otro teléfono público... pero ya teniendo un celular vos llamas, o si el teléfono publico está roto, a mi un día me pasó cuando no tenía celular, que tenía que llamar a alguien y me tuve que caminar como 20 cuadras y estaba roto el teléfono...no daba, tuve que seguir buscando todo el día” (Pablo, 31 años)

Algunos de los entrevistados resaltan este aspecto del celular, lo ven como una herramienta, les facilita el trabajo diario, dado que si sucede algo pueden llamar desde el celular y no tienen que ir hasta un teléfono fijo, cosa que no deben hacer dado que están cuidando los coches, y sería dejar el lugar de trabajo descuidado por un rato.

Pero otros entrevistados no lo ven tanto como una herramienta de trabajo, dado que realizan un uso más personal y no lo utilizan tanto en el empleo:

“Para trabajar casi ni lo uso, lo tengo más bien para un tema familiar, para llamar nada más.” (Andrés, 60 años)

“para llamar a amigos y todas esas cosas, para estar comunicado con la gente, con mi familia, ¿viste?” (Pablo, 31 años)

Advertimos como las formas de utilización del teléfono celular pueden variar, encontramos diferentes significados en estos usos del celular, dado que éstos variarán según quiénes sean los que le dan sentido. Algunos utilizan el celular con más frecuencia y para diferentes cosas, es lo que conforma el conjunto de conductas aprendidas, como nuestros gustos, el optar por utilizar o no un celular.

Entonces contamos con un mismo significante, el celular, al cual se le pueden atribuir diversos significados, como por ejemplo el uso que se les da en épocas de elecciones, promoviendo con ellos diversas campañas publicitarias o movidas, también como participantes de un juego, mandando un mensaje con determinadas palabras, o para conocer nuevas personas (como en el telechat)

Otro uso es para comunicarse con los familiares, amigos o para el trabajo, y como muchos nos planteaban, lo utilizan no solamente para su trabajo de cuida coche sino también para la búsqueda de otros empleos o “changas”

“porque como yo hago limpieza aparte de esto, entonces me llaman ponele, no vienen a mi casa, me llama el cliente al celular y ahí si lo uso mas.” (Rosa, 56 años)

“pa que me llamen, porque yo hago otros trabajos ¿viste? Entonces para que me llamen, porque yo les doy en número de celular, entonces ellos me llaman, y yo les hago changas” (Juan, 32 años)

“Y hay veces que les anoto mi número de teléfono y me llamaban pa algún trabajo, no es muy seguido, pero cada tanto algo me sale” (Pablo, 31 años)

“Pero también para el negocio viste...hoy en día si no tenes un celular es mas dificil de que te ubiquen para conseguir trabajo, por lo menos en mi caso.” (Rosa, 56 años)

Para ellos el celular se convirtió en una herramienta para la búsqueda de trabajo, generalmente están alternando su trabajo de cuidacoches con otros trabajos informales, ya que argumentan que se gana poco y que no es un trabajo seguro, en el que ganen dinero todos los días.

Otro uso frecuente que se encuentra en los discursos de los cuidacoches es para la comunicación personal

“los mensajes de texto son pa saber como está la familia nada más, no se puede andar con esto por cualquier cosa... porque otra cosa es mas barato, y así a todo momento sabes como anda la familia.” (Marta, 50 años)

“como yo vivo acá y mi familia en el interior, lo uso pa llamar a familiares, a mi hermana y todo eso.” (Andrés, 60 años)

“Empezar a usarlo empecé como hace 2 años mas o menos, porque trabajo en la calle todo el día y para poder comunicarme con mi señora, con los nenes, es necesario.” (Juan, 32 años)

Como se observa en las citas mencionadas, notamos como los entrevistados manifiestan que lo utilizan para estar comunicados todo el tiempo, mas que nada con sus familias, ya que lo ven como la forma de comunicación mas barata para ellos, y les permite sentirse mas en contacto, ya que muchos trabajan lejos de sus hogares y pasan la mayoría del día en sus trabajos.

Advertimos que la comunicación de los entrevistados es mayormente con sus familiares, que en su mayoría tienen celular y por lo tanto notan que ha cambiado la forma de comunicarse hoy en día:

“lo veo también acá con la gente, que cualquier cosa que pasa, un accidente, lo que sea, ya pim, pum, pam, ya esta, están todos comunicados.” (Homero, 55 años)

“a la familia o algún vecino ponele, viste tal cosa, viste porque, a veces nos comunicamos con los vecinos, viste...si habían robos o si entraban alguien a las casas. Porque ahora esta bravo, ya una no puede dejar la casa tranquila (...)Por eso te decia con el celular ahora si pasa algo, los vecinos me avisan y es otra seguridad.” (Rosa, 56 años)

Por lo tanto, resaltan como estas formas de comunicación al hacerse parte de nuestra vida cotidiana, penetraron en nuestra sociedad generando nuevas formas de comunicación, antes no creíamos que fuera posible comunicarse con familiares, amigos que están muy lejos, de una manera mas rápida, menos costosa y además de hablar con ellos, se puede ver a esa persona en tiempo real, revolucionado la forma de comunicación, ya que acorta las distancias de tal manera que nos permite comunicarnos con cualquier persona en todo momento.

También utilizan el teléfono celular para resolver problemas ya sea de indole familiar o laboral, lo vemos en estos comentarios

“tengo clientes acá, y yo tengo todos los números de ellos, igual ellos no tienen todos de estos celulares nuevos, algunos todavía tienen de los viejos...y si pasa algo les aviso...” (Nacho, 22 años)

“hará dos meses que lo empecé a usar porque ...tengo un botija que tiene problemas psiquiátricos, un muchacho ya de 32 años ... entonces mi hija me dio el celular para que yo este, para que yo llamara para ver como está, para comunicarme con él...” (Marta, 50 años)

Distinguimos como el papel de lo emocional juega un papel importante, ya que el celular le permite tener una comunicación en todo momento con quien se quiera comunicar, lo que le permite sentirse menos solos o aislados, ya que al tener un teléfono celular, se puede estar en contacto con cualquier persona en todo momento, y como pasan demasiado tiempo afuera de sus hogares, utilizan al celular como forma de estar en contacto con sus familias, amigos y vecinos. Observamos como los entrevistados sienten la necesidad de tener el teléfono celular para poder comunicarse con las demás personas

Otro de los argumentos que resaltan es el tema de la seguridad que les brinda el celular:

“yo veo que el celular es una seguridad, ¿entendes? Vos te puedes comunicar con una persona, te comunicas con la otra, cualquier problema que tenes, o donde estés.” (Homero, 55 años)

“es importante también para el tema de la inseguridad, yo que ando en la calle todo el día lo vivo, y te hace sentir mas segura, es otra cosa.” (Rosa, 56 años)

Advertimos como el tener un celular les permite sentirse mas seguros y acompañados todo el tiempo, ya que cualquier cosa que les pase se pueden comunicar con quien sea, además es en el habitus donde los sujetos producirán sus prácticas, dada la interiorización de las estructuras a partir de las cuales el grupo social en el que ha sido educado produce sus pensamientos y sus prácticas, formará un conjunto de esquemas prácticos de conocimientos, verán que es lo mas adecuado para ellos, distinguirán que los hace sentir mas seguros o inseguros y de esta forma evaluarán sus elecciones y generarán las prácticas que van a tomar, como el utilizar el teléfono celular o no.

Casi ninguno de los entrevistados sostiene que tiene acceso a información o a servicios o para realizar algún trámite a través del celular, esto puede considerarse poco significativo dado que ninguno de los entrevistados tenía celular con Internet y por lo tanto, era más complicado acceder a algún tipo de servicios o trámites a través del mismo. Si bien algunos resaltan el tipo de información que les brinda las empresas de telefonía móvil:

“si, viste a veces te manda movistar algún mensaje de ellos, igual yo tengo un amigo que tiene ancel y dice que está mucho más bueno que movistar.” (Diego, 21 años)

“A mi me sirve para estar informado, así en el sentido cuando se formaba el grupo ¿viste? Que había actuación y una cantidad de cosas, lo agarras igual, o como por el Internet, es lo mismo.” (Homero, 55 años)

Al tiempo que algunos cuidacoches afirman que están más informados que antes, ya que, al facilitárseles la comunicación entre las personas ellos se encuentran más informados, algunos destacan los mensajes que mandan las distintas empresas de telefonía móvil, anunciando ciertos descuentos o haciendo un aporte a la comunidad al intentar prevenir por ejemplo los incendios forestales, o anunciando campañas de vacunación, entre otros.

Notamos que el uso de los entretenimientos que tiene el teléfono móvil es muy bajo entre las personas entrevistadas, ya que pocos de ellos nos expresaron que los utilizan, y ellos fueron los cuidacoches mas jóvenes por lo tanto, la edad parece estar influyendo en el uso de éstos entretenimientos, ya que los adultos utilizan al celular más para emergencias y para facilitar el trabajo, y no se interesan en aprender otras funciones del celular a parte de la llamada, ya que dicen que eso “no es para ellos”

“yo con esto no ando para esas cosas, lo mio es algo mas serio, para trabajar o alguna urgencia nomás.” (Carlos, 73 años)

“no son cosas para mi, de repente uso la calculadora para acá, para sacar alguna cuenta, pero todas las cosas que trae el celular además de las llamadas, no las uso mucho, tampoco las se usar” (José, 62 años)

Por lo tanto, vemos que a más edad, menor es la utilización de las funciones adicionales del celular como el sms, los juegos, la alarma, entre otros. Entonces podemos concluir que aunque tengan un mismo habitus de clase, que explica las grandes regularidades en sus elecciones, no quiere decir que ante la incorporación del teléfono celular, realicen todos las mismas prácticas.

En suma los usos mas frecuentes del teléfono celular son como herramienta de trabajo, en su puesto de cuidacoches y para la búsqueda de trabajos alternativos como las changas, aunque algunos le dan un uso mas personal, como es la comunicación entre familiares, amigos y vecinos, notamos como el celular les permite sentirse mas acompañados, ya que les permite estar comunicados todo el tiempo, y esto a su vez les brinda seguridad. El uso de las funciones adicionales del teléfono celular es menor entre los entrevistados de mayor edad. Pero dentro de los diversos usos del telefono celular hallamos argumentos tanto a favor como en contra de esta tecnología que especificaremos a continuación.

IV. 7. Aspectos negativos y positivos de los celulares según los cuidacoches.

Aspectos positivos...

Se resaltan varios aspectos positivos del celular en los discursos de los cuidacoches, ya que argumentan que los mismos permiten facilitar la comunicación y transmisión de información al instante, dado que lo encuentran más práctico y barato que las llamadas desde un teléfono fijo.

“es mucho más barato y mas que acá no hay teléfono, vos si tenés que ir a hablar por teléfono, tenés dos cuadras para hablar por teléfono...y esos minutos que vos vas a hablar por teléfono perdés un cliente lo que sea y todavía que dan tan poco que...” (Marta, 50 años)

Por lo tanto, no dejan de estar tiempo en sus lugares de trabajo por tener que hacer una llamada telefónica, ven como ha mejorado la forma de comunicarse hoy en día. Le permite tener una comunicación en todo momento con quien se quiera comunicar, lo que le permite sentirse menos solos o aislados

“te hace sentir mas acompañado si, porque estás más comunicado con la gente, porque muchas veces si uno no tienen, no está comunicado con la gente” (Pablo, 31 años)

“La gente esta mas conectada con todo el mundo, en un ratito se mandan un mensaje y el otro le responde y es más fácil y económico, se nota que se comunican de otra forma...no como en mi época...ahora todo el mundo se manda mensaje, conectados con la red” (Rosa, 56 años)

A partir de estas citas se puede acentuar la forma en que los entrevistados se sienten mas acompañados al tener el teléfono celular, porque en cualquier momento puede hacer uso de él y comunicarse con quien quiera, también resalta que es más barato realizar el contacto

telefónico, ya sea vía mensaje de texto o llamada telefónica, dado que hay nuevos planes cuyas tarifas son mucho más bajas que hace unos años atrás.

Además destacan la mejora en la comunicación con familiares y amigos en el exterior.

“Lo que me parece que cambió es la forma en que nos comunicamos, póneme a mí me llamaba mi hija del extranjero, al celular, y se comunicaba conmigo y este... y bueno hablábamos.” (Rosa, 56 años)

Esta mejora en la forma de comunicación se lo adjudican a los nuevos planes que mencionábamos, los cuales hacen que una llamada sea costeable hasta para una persona de bajos ingresos. Se podría dar que a medida que los usuarios de celulares sepan cada vez más como utilizarlos, y los precios sean más accesibles, la telefonía móvil pueda contribuir a mejorar los niveles de vida de las personas con menos recursos.

También resaltan el tema de la seguridad que les brinda el teléfono celular, ya que ellos están mucho tiempo en la calle, se sienten vulnerables a cualquier ataque o accidente.

“ves que la gente cambió por las cosas que pasan, por los peligros que hay en la calle y todo eso, entonces ahora la gente precisa más el celular que antes, antes no lo usaba, o sea lo tenía pero no lo usaba como lo usa ahora.” (Nacho, 22 años)

“es importante tenerlo por las cosas que están pasando, vos ves que las criaturas de 13, 14 años tienen celular, van a la escuela y ya tienen celular, pa estar comunicado con la madre o el padre, ¿verdad? Pero antes no era así, ahora están más comunicado” (Juan, 32 años)

Destacan la seguridad que les brinda el teléfono móvil en los casos de emergencia, por lo que se estaría coincidiendo con la investigación de Bonina y Rivero Illa donde nos señalan que los teléfonos móviles han contribuido también a reducir el tiempo de respuesta en el caso de emergencias, al facilitar llamadas inmediatas a la policía o a servicios de ambulancias, por esto creemos que los cuidacoches se sienten más seguros al tener un teléfono móvil, dado que les permite la comunicación instantánea con quien sea.

En síntesis los aspectos positivos más destacados son facilitar la comunicación y transmisión de información al instante, ya que les permite comunicarse con familiares y amigos en el exterior; la seguridad que les da el teléfono celular dado que se encuentran expuestos a diversas situaciones de riesgo en la calle, donde pasan muchas horas debido a su trabajo.

Aspectos negativos...

Perciben que si bien las tecnologías traen aparejadas cosas buenas, no siempre es así, ya que ven de manera negativa como ha cambiado la forma de como se maneja la gente en el tránsito, dado que le prestan más atención al celular, y eso genera más accidentes.

“cambió muchas cosas, cambió... hubo muchos más accidentes por estar más atentos con el celular, meta mandar mensajes, han pasado muchas cosas, la tecnología avanza viste...y eso trae cosas algunas malas y otras buenas” (Diego, 21 años)

Otro aspecto negativo en el uso del celular es como varias personas lo señalan, lo difícil que es aprender a utilizarlo, ya que como se mencionó anteriormente estas personas son adultos mayores y con bajo nivel socio-económico, y como hemos mencionado el hábito de clase es la base de todas nuestras acciones y nos condiciona, ya que venimos con un conjunto de conductas aprendidas, que nos es difícil desprendernos de ellas para adquirir otras nuevas.

Otro aspecto negativo que surge de los discursos es la dependencia que les genera el tener un teléfono celular, si bien antes no lo utilizaban, ahora no lo pueden dejar de tener, sienten como si les faltara algo

“fijate que no te hablo de gente vieja como yo, sino se gente joven, ellos tienen todos celular y si uno no tiene va a notar la diferencia, me parece, porque se están criando con estos aparatos y se vuelven mas dependientes.” (José, 62 años)

“igual viste como que ahora se convierte en una necesidad, no para la gente de nuestra edad pero para los botijas si...lo mismo que pasó con la tele, antes nadie tenía, y ahora si no tenes... es imposible, todos tienen y a veces mas de uno, y bueno, lo mismo para mi pasa con el celular” (Andrés, 60 años)

“no les gusta andar con el celular encima, porque uno se vuelve dependiente, ojo a mi tampoco me gusta andar con el celular encima” (Juan, 32 años)

Ven como se ha generado una dependencia con estos aparatos, sobretodo en las personas mas jóvenes que crecieron con estas tecnologías, también es importante como el devenir de la moda de nuestras sociedades se identifica con la institucionalización del consumo, como menciona Vásquez se instaura la creación a gran escala de necesidades artificiales y a la normalización e hipercontrol de la vida privada, coincidimos con esto porque estos cuidacoches lo sienten como una nueva necesidad, generando una dependencia con los nuevos aparatos que solucionan de manera mas sencilla sus vidas, ¿Quién optaría hoy en día por no utilizar un microondas, para calentar su comida o un calefón para obtener agua caliente? Podríamos afirmar que en estos cuidacoches el consumo en parte determina sus vidas, haciendo que cada uno de ellos piense y actúe en función del deseo social y no del individual.

En suma se destacan diversos aspectos negativos, uno de ellos es como se manejan hoy en día en el tránsito, ya que las personas van más pendientes de sus celulares y no prestan atención a lo que están haciendo cuando manejan. También destacan la dificultad para aprender a utilizarlo y la dependencia que generan estos aparatos en sus vidas.

IV. 8. Cada vez somos más

Podemos dar cuenta también de cómo disminuye la llamada “brecha digital” ya que el número de personas que no tienen acceso al celular son cada vez menos, y ellos mismos lo perciben, ya que ahora no se sienten distintos por tener un celular, dado que se ha convertido en un objeto que *“todo el mundo tiene”*

“lo que pasa es que ahora están mas baratos, por eso todo el mundo tiene, antes eran mas caros, la gente que tenía un celular antes era la gente, no cómoda, pero los que ganaban bien

y tenían un buen trabajo, hoy en día están baratos, y como todos tienen, están mas en comunicación, están mas en contacto” (Juan, 32 años)

“A mi me parece que es importante, muy importante tener un celular hoy en día, fijate que todo el mundo tiene ahora, y si no tenes, te cuesta mas estar comunicado con la gente, porque ahora se manejan así, y uno se tiene que adaptar a los tiempos que corren.” (José, 62 años)

“antes los que usaban no eran muchos, eran poquitos, los que podían, ahora claro, con las ofertas que tienen de celulares, todos tienen, cada día hay mas cosas que trae el celular. Ahora hablan mas, se comunican mas, comparando antes” (Pablo, 31 años)

“no, diferente no, ahora vos vas por la calle y todos tienen uno, todos andan con un celular y no le dan importancia, antes a lo primero si, pasaba una persona hablando con el celular y las personas lo miraban, se asombraban, hoy en día ya es común.” (Juan, 32 años)

Ya no ven al teléfono celular como un aparato de lujo, sino que se ha convertido en un objeto común, se han acostumbrado a ver pasar a la gente hablando por él, o mandando algún mensaje de texto, paisaje muy llamativo unos años atrás, cuando los que tenían un celular eran solamente aquellos con cierto poder adquisitivo, lo cual le aportaba cierto nivel y status. Actualmente esto dejó de ser así, pasó a ser algo tan habitual que no sienten ningún prestigio o distinción por tenerlo, sino simplemente igualación, advertimos que la moda del teléfono celular no es abandonada en ninguna clase por mas que otra la comience a usar, como lo manifestaban Simmel y Veblen, sino que las cifras demuestran un incremento en todas las clases sociales. Esto nos podría estar dando cuenta de que esta moda atraviesa transversalmente a todas las clases sociales, y por ello lo único que queda para poder distinguirnos es conseguir algo nuevo y mejor, lo ultimo de la moda, este sistema de “obsolescencia acelerada” como lo define Baudrillard impera a consumir compulsivamente, y consiste en convencer al consumidor que necesita un producto nuevo antes que el que ya tiene agote su vida útil, se trata de consumir por consumir algo mas nuevo permanentemente.

Anteriormente los objetos estaban ligados a su durabilidad, en cambio ahora tienen que ver cada vez más con la obsolescencia, ¿por qué se intenta cambiar una cosa, por ejemplo el celular, cuando éste funciona bien? Pareciera que estamos viviendo en una sociedad donde valgo mas cuanto más tengo, sin poder nunca llegar a satisfacer mi ser, porque siempre se quiere mas, la insatisfacción es estructural y es por eso que las cosas que poseemos, aún cuando todavía funcionan, las reemplazamos por otras. El consumismo apela a eso, creando necesidades relacionadas con una imagen cuyos objetos cambian, satisfaciéndolo sólo momentáneamente

“diferente no me siento, me siento bien, como todas las personas, ya casi todas tiene celular “(Diego, 21 años)

Podríamos afirmar que nuestros entrevistados muestran un deseo de ser aceptados por el resto, si bien buscan poder diferenciarse del otro, no pretenden ser singulares, porque se estaría cayendo en la categoría de raro o extraño. Hay veces que se toma la decisión de sacrificar el propio deseo con tal de no ser tildado de distinto.

Por lo tanto, se genera una insatisfacción promovida por el vértigo del consumismo, ya que nada debe durar, la obsolescencia es la norma que rige, por eso nadie debería producir un apego a las cosas, ya que este impedirá su sustitución y generará el temor de no poder cumplir con las pautas sociales establecidas, como por ejemplo tener un celular de última generación.

“y uno se tiene que adaptar a los tiempos que corren... ir cambiando con las tecnologías a medida que lo cambian a uno” (José, 62 años)

“Estoy pensando en comprarme otro porque yo me gané un mp3 y lo vendí, entonces la mujer que se lo vendí no me lo ha terminado de pagar, entonces con eso voy a ver si me compro otro celular” (Rosa, 56 años)

Advertimos como estos entrevistados demuestran la necesidad de ir actualizándose, cambiando sus celulares, por lo que hay que tener cuidado, dado que esto puede convertirlos, como dice Bayce en “relativamente deprivados y carentes”, porque no van a poder acceder a todo lo que quieren, y esto los puede llevar a no estar satisfechos con lo que si tienen, y a que se sientan cada vez mas desafortunados porque a medida que consuman más y abundante, va a ser cada vez mas inalcanzable, y se pueden transformar en psicoculturalmente pobres, porque como es bien sabido que el ser humano es un ser deseante, por ello vive su vida en la búsqueda de algo más, que pueda completar su vida, y esto es entendido por la sociedad en la que vivimos, que nos estimula al consumo para llenar nuestras insatisfacciones.

En síntesis al tener un teléfono celular no se sienten distinguidos, ya que se ha convertido en algo que todos tienen, en un objeto común, esto nos podría estar dando cuenta de que la telefonía móvil ha llegado para no irse más, ya que nuestros entrevistados afirman que les brinda una vida más fácil y sencilla, sin tener que preocuparse por lo que antes les costaba tiempo hacer, y por lo tanto les ofrece la posibilidad de estar mas tranquilos y seguros, pero es de ellos mismos que depende el uso que le den, el tiempo que le dediquen y qué tanto dependan del teléfono celular para sus vidas.

V. CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado anteriormente se pueden presentar algunas conclusiones. En primer lugar, cabe destacar que el fenómeno del teléfono celular engloba una serie de cambios que se han vivido en la sociedad uruguaya en los últimos años. Estos son evaluados positivamente por la mayoría de los cuidacoches.

Respecto de nuestra hipótesis que afirma que por medio de las TICs, y particularmente el celular, se logra que exista una mayor inclusión social por parte de los cuidacoches, ya que las personas que no cuentan con acceso a las TICs, tienen una mayor probabilidad de estar crecientemente marginadas. No podemos corroborarla o confirmarla, dado que si bien colaboran en la inclusión social, no consuman todo el proceso, sino que es un mero fragmento. Creemos que si bien utilizan esta tecnología con fines laborales y sociales, es

por un mero consumo que en primera instancia accedieron a esta tecnología. Por lo tanto no podemos definir claramente esta cuestión entre el acceso y el uso que se ve distinguida en lo que Corona y Jasso (2005) llaman el "know-what y el know- why", ya que algunos de los entrevistados no manifestaron demasiado interés en saber utilizar la tecnología, sino simplemente en tenerla. En cambio otros expresaron saber apropiarse de esta tecnología, y por lo tanto saber usarla, ya que los cuidacoches mediante un proceso de aprendizaje social dominan a la tecnología y desarrollan nuevas prácticas de uso, como el adoptar al teléfono celular para su propio trabajo, y convertirlo en una herramienta más.

Respecto a la pregunta que guió nuestro trabajo, la cual refería a si los celulares facilitan o estimulan la inclusión social, la respuesta busca dar cuenta que tener un celular en la sociedad actual genera tener incluidos ciertos valores de esta época actual, por lo tanto se cree que el tener un celular no alivia a la pobreza, o sea que por tener un celular no son menos pobres que antes, pero lo que aporta el teléfono celular a sus vidas es una especie de soporte cultural ya que les impone ciertas pautas y valores en el diario vivir. Pensamos que es una moda, en la cual se ven dentro estos valores compartidos por el resto de la sociedad, y que todos los que siguen esa corriente desean tener. Por ello la utilización por parte de nuestra población de estudio de los teléfonos celulares conforma un soporte socializador para ellos, ya que argumentan que teniendo uno se sienten mejor, dado que les permite acceder a ciertos trabajos y estar más conectados con las personas, facilitándoles la vida diaria. Entonces, se estaría atravesando por una nueva forma social en nuestras sociedades, (Castells, 2000) ya que queda demostrado que para ellos, las personas que no saben cómo utilizar la tecnología, se pueden encontrar fuera del sistema, excluidas.

Dando respuesta a nuestra pregunta de investigación, distinguimos varios usos del teléfono celular: uno de los usos más frecuentes que aparecen en los discursos de los cuidacoches es como herramienta para el trabajo, ya que les facilita el trabajo diario, dado que si sucede algo, como problemas de robo o accidentes, pueden llamar desde el celular y no tienen que ir hasta un teléfono fijo, lo cual es mejor, ya que no abandonan el lugar de trabajo. Algunos trabajan con el celular, dado que tienen los números de sus clientes y se organizan para estar comunicados con ellos, o si sucede algo, avisarles. Pero no lo utilizaban solamente para su trabajo de cuida coche sino también para la búsqueda de otros empleos o "changas", por lo tanto el celular se convirtió también en una herramienta para la búsqueda de trabajo.

Otro uso frecuente es para la comunicación personal, la comunicación es mayormente con sus familiares, que en su mayoría tienen celular, y amigos. Notan como ha cambiado la forma de comunicarse hoy en día. Utilizan el teléfono celular para resolver problemas ya sea de índole familiar o laboral. Distinguimos como lo emocional juega un papel importante, ya que el celular le permite tener una comunicación en todo momento con quien se quiera comunicar, lo que le permite sentirse menos solos o aislados, y como pasan demasiado tiempo lejos de sus hogares, utilizan al celular como forma de estar en contacto con sus familias, amigos y vecinos. También resaltan el tema de la seguridad que les brinda el celular,

ya que actualmente se sienten más inseguros, pero al tener un celular para obtener ayuda en los casos de emergencias, como pueden ser los robos o accidentes, se encuentran mas confiados.

Cabe distinguir que el uso de los entretenimientos del teléfono móvil es muy bajo entre las personas entrevistadas, los cuidacoches mas jóvenes presentan mas disposición a estos, por lo tanto, la edad parece estar influyendo en el uso de los entretenimientos, ya que los adultos utilizan al celular para casos de emergencias y para facilitar su trabajo. Advertimos como las formas de utilización del teléfono celular pueden variar, encontramos diferentes significados en estos usos del celular, dado que éstos varían según quiénes sean los que le dan sentido.

Creemos que si bien el trabajo cumple un rol esencial en lo que hemos llamado exclusión, ellos mismos se sienten excluidos por otros factores del ámbito social, como el estar a la moda o no. No quieren sentirse distintos, todos queremos de alguna manera compartir con otros y sentirnos pertenecientes a algo, pero a la vez queremos diferenciarnos, afirmar nuestra individualidad. Se comprueba que lo que sucede con la moda del teléfono celular es que ésta no se abandona en ninguna clase por mas que otra la comience a usar, sino que las cifras demuestran un incremento en todas las clases sociales, por lo tanto, la moda del teléfono celular atraviesa a todas las clases transversalmente.

Lo que realmente implica el tener un celular para estos cuidacoches en la sociedad actual es tener incluidos ciertos valores de esta época actual, no creemos que se encuentren en una posición de inclusión social completa por tener un teléfono celular, sino que este aparato les permite adoptar los nuevos valores y códigos que se manejan en la sociedad actual, y esto de cierta forma contribuye a una inclusión, aunque es parcial. Creemos que en parte favorece a que los cuidacoches no se sientan por fuera de la sociedad, al tener lo que "todo el mundo tiene", pero si no sienten disminuir sus desigualdades, nunca van a sentir una integración completa. Como nuestros entrevistados se encontraron expulsados del mercado de trabajo formal, fueron a parar al sector informal, donde se encuentran vulnerables a la exclusión social, sabemos que las relaciones de trabajo son la base de las relaciones sociales, por ello coincidimos con Baráibar (2000) ya que la exclusión tiene indudable relación con la integración o no al trabajo y son las transformaciones del mundo del trabajo las que determinan experiencias de incertidumbre que llevan a la exclusión.

En su mayoría los cuidacoches entrevistados viven en barrios carenciados. Esto también forma parte de la exclusión que viven, ya que los lugares donde residen forman como una barrera al acceso a trabajos formales, lo que genera los procesos de segregación residencial, (Katzman, 1997) atascándose las oportunidades laborales en el mercado formal, cayendo cada vez más en la exclusión social. Con los cambios que se han dado en el mercado de trabajo, como la precarización del empleo, modificación de la oferta de trabajo, se nota como la flexibilidad empuja a los grupos perjudicados hacia posiciones marginales e inseguras, produciendo la 'desestabilización de los estables', y se produce la desafiliación (Castel, 1997),

por lo que se cree que estos cuidacoches buscan otras formas de estar incluidos socialmente, ya sea mediante el consumo, las modas, etc.

Por lo tanto, encontramos en esta investigación que los entrevistados se encuentran excluidos del mercado laboral formal y por ello de ciertos ámbitos de la sociedad, pero el tener un teléfono celular implica sentirse incluido, ser parte de la misma en lo que refiere a valores que se comparten, pero esto no significa que las personas se sientan “menos pobres”, porque ellos mismos perciben que actualmente todo el mundo tiene un celular, y esto no te distingue, sino que te iguala. Advertimos como se le ofrece al consumidor un objeto en relación a su significado colectivo, como es el estar a la moda o pertenecer a cierto grupo social. La moda es intrínsecamente transitoria ya que una vez que está instaurada y se masifica deja de tener sentido en sí misma y se generan nuevos criterios para poder estar a la moda, aunque no sabemos que es lo que sucederá con esta “moda del teléfono celular”, lo que sabemos con seguridad es que hoy en día, tener un celular es muy atractivo para un sujeto de clase baja.

Se destaca también como cambió la forma de comunicación entre las personas, la facilidad y la rapidez con la que están en contacto, por ello es de consenso que la mayoría plantea lo importante que es saber utilizar un celular en la sociedad de hoy en día, por lo tanto nos encontramos en un tiempo atemporal (Castells, 1999), ya que con el celular el sentido de un tiempo y un espacio fijo se ha perdido, y como lo manifiestan nuestros entrevistados se da una comunicación instantánea con cualquier persona en cualquier parte del mundo.

Esta nueva forma social, se considera también en la transformación del habitus (Bourdieu, 1980), que se ha incorporado a través de las nuevas generaciones, consecuencia del uso constante del celular en su vida diaria, los cuidacoches ven transformadas sus prácticas comunicativas, ya que lo encuentran necesario e importante en su diario vivir. Se sienten en la necesidad de actualizarse con las nuevas tecnologías, esta transformación del habitus lleva a que se tengan que estar formando permanentemente, para no quedar en un futuro rezagados.

De acuerdo a la investigación realizada advertimos como la llamada “brecha digital”, ha disminuido, ya que el número de personas que no tienen acceso al celular es cada vez menor, se ha convertido como una nueva necesidad para estos cuidacoches, ya que generan una dependencia con los nuevos aparatos que solucionan de manera mas sencilla sus vida. Creemos que lo que realmente implica el tener un celular para estas personas de clase baja en la sociedad actual es tener incluidos ciertos valores de esta época actual, coincidimos entonces con la expresión de Morales (2006) la cual nos afirma que la utilización de las TIC no alivia la pobreza, pero sí es un soporte cultural y socializador en la sociedad y época en que vivimos. Este “ser parte de” se asocia con ser participe de los valores comunes que permiten el relacionamiento con el resto de la sociedad, y al tener un teléfono celular les permite estimular su participación en ella como un miembro mas.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Alonso Luis Enrique (s/f), El estructuralismo genético y los estilos de vida: consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu
- Baráibar Ribero, Ximena (2000) Algunos aportes para la discusión sobre la exclusión social.
- Barrantes, R., Galperin, H., Agüero, A. y Molinari, A. (2007), "Asequibilidad de los servicios de telefonía móvil en América Latina", Documento de Trabajo DIRSI. En: [www.dirsi.net/espanol/files/background%20papers/asequibilidad de los servicios de telefona movil en amrica latina.pdf](http://www.dirsi.net/espanol/files/background%20papers/asequibilidad_de_los_servicios_de_telefona_movil_en_amrica_latina.pdf)
- Bauman, Z. (1998). La Globalización. Consecuencias Humanas. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires
- Bayce, Rafael (2005). 5 Tareas de Hércules. Para gobernar en el siglo XXI: Uruguay como ejemplo. Ediciones Trilce. Montevideo, Uruguay.
- Bonina, Carla Marisa y Rivero Illa, Martín (2007). Telefonía móvil y pobreza digital en América Latina: ¿Puede la expansión de los teléfonos celulares reducir la pobreza?
- Bourdieu, Pierre (1987-1992): Cosas dichas. Editorial Gedisa, Barcelona
- Bourdieu, P. (1980): El sentido práctico. Taurus, Madrid.
- Castel, Robert (1997). "La Metamorfosis de la Cuestión Social". Una crónica del salariado. Editorial Paidós. Argentina.
- Castells, Manuel. (2000). La era de la información. Economía, Sociedad Cultura. Vol. I, El poder de la identidad. Alianza Editorial.
- Castells, Manuel. (1999). La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. La sociedad red. Siglo Veintiuno Editores
- CEPAL (2005). Políticas públicas para el desarrollo de sociedades de la información en América Latina y el Caribe. LC/W 19.
- Corona, L y Jasso, J. (2005) Enfoques y características de la sociedad del conocimiento. Evolución y perspectivas para México. En Sánchez Daza (coord.) "Innovación en la sociedad del conocimiento", Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México
- Filgueira, Carlos (2002) Estructura de oportunidades, activos de los hogares y movilización de activos en Montevideo (1991-1998) En Trabajo y ciudadanía, los cambiantes rostros de la integración y exclusión social en cuatro áreas metropolitanas de América Latina. Coordinadores Ruben Kaztman y Guillermo Wormald.

- Fraiman, Ricardo y Rossal, Marcelo (2008) Informe Final: Etnografía de la violencia en una zona de Montevideo: Malvín, Malvín Norte, Nuevo Malvín. Ministerio del Interior, Ministerio de Desarrollo Social, PNUD
- García Urea, Silvia (2007) La Democratización Tecnológica y la Inclusión Social: Un Análisis desde lo Sociocultural. Disponible en línea en: <http://www.analitica.com/premium/ediciones2007/4876591.asp>
- Heeks, R. (1999) Information and Communication Technologies, Poverty and Development. UK: Institute for Development Policy and Management-University of Manchester. http://www.man.ac.uk/idpm_dp.htm/devinf_wp
- Hernández, R; Collado, C; Baptista, P.(1991) Metodología de la investigación. McGraw Hill
- Lozano, Jorge (2000) Simmel: La moda, el atractivo formal del límite. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid.
- En: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero16/simmel.html>
- Mariscal, Judith y Galperin, Hernán. (2007) oportunidades Móviles: pobreza y telefonía móvil en América Latina y el Caribe. DIRSI
- Mateo Pérez, Miguel Ángel (s/f) Las contribuciones de Amartya Sen al estudio sobre la pobreza. Universidad de Alicante (España) <http://www.geocities.com/WallStreet/Floor/9680/mateoperezsen.htm>
- Morales, S. (2006) E-xclusión de la Sociedad de la Información: Análisis helicoidal de la relación entre las TIC y el desarrollo. V Jornadas de Investigación Científica. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de la República. Montevideo, 28, 29 y 30 de Agosto de
- Namuncurá, Ceferino Alberto y otros (2007) Nuevos modelos para el acceso universal de los servicios de telecomunicaciones en América Latina. Lecciones del pasado y recomendaciones para una nueva generación de programas de acceso universal para el siglo XXI. Informe Completo. Bogotá
- Notaro, Jorge (2004) El empleo en el Uruguay 1990 – 2003. En: Empleo, desempleo y políticas de empleo en el Mercosur y en la Unión Europea Seminario internacional MTEySS/CEIL-PIETTE-CONICET. Buenos Aires
- Piedras, E y Bonina, C (2006), "Contribuciones sociales y económicas de la telefonía móvil en México". Estudio elaborado para telefónica Movistar de México Telecom CIDE. En: http://www.telecomcide.org/documentos/038DTT-CBonina_CVerut_EPiedras-Contribuciones_telefonia_movil-06.pdf
- Pittaluga, Lucía y Sienna, Mariana. (2006, 2007). Utilización de la TIC en el Uruguay. Encuesta Nacional de Hogares Ampliada.

En: http://www.oei.es/pdfs/utilizacion_tic_uruguay.pdf

- PNUD (2001) Desarrollo Humano en Uruguay,
- PNUD (2005) Desarrollo Humano en Uruguay,
- Rivero Illa, M (2007). Enhancing the Livelihoods of the Rural Poor: The Role of ICTs, Country report: Uruguay, prepared for the Overseas Development Institute, Forthcomig.
- Simmel, Georg. 1904. la moda. En: sobre aventura y otros ensayos filosóficos. Península, Barcelona.
- Spencer, H. (sin fecha [original inglés 1854]): "Las maneras y la moda". En Ética de las Prisiones. La España Moderna. Madrid, España.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2004), "Social and Human Considerations for a More Mobile World". Disponible en línea en: <http://www.itu.int/osg/spu/ni/futuremobile/socialaspects/>
- Vásquez Rocca, Adolfo (2007) Baudrillard; Cultura, simulacro y régimen de mortandad en el Sistema de los objetos. Por Cuaderno de Materiales. Eikasía. Revista de Filosofía. Madrid. En <http://revista.escaner.cl/node/860>
- Veblen, Th. (1985): Teoría de la Clase Ociosa. Hispamérica, Buenos Aires, Argentina.

Web-grafía:

- http://www.ursec.gub.uy/scripts/templates/portada_principal.asp?nota=portadahome.asp
- http://nanotice.blogspot.com/2007_12_01_archive.html
- <http://www.sociedaduruquaya.org/2008/06/uruguay-primero-en-america-en-telefonía-celular.html>