



Foto: Ignacio Sánchez

Límites a la domesticación: usos obligados, reticencia y austeridad en la apropiación de la telefonía móvil

Limits to domestication: mandatory uses, reluctance and austerity in the appropriation of mobile telephony

DOI: <https://doi.org/10.22235/d.vi31.1849>

Luis Ricardo Sandoval y Roxana Cabello

RESUMEN

Los enfoques socioculturales para el estudio de los procesos de apropiación de tecnologías resaltan la posibilidad de que un dispositivo tecnológico no sea utilizado siempre de los modos previstos. A partir de un conjunto de entrevistas en profundidad realizadas a usuarios adultos de teléfonos móviles, en este artículo se analizan los límites y resistencias que se plantean a algunos aspectos de su utilización, relacionados con tres cuestiones: la percepción de que ciertos usos no son de libre elección, sino que se explican por presiones externas; el rechazo a destinar montos que se entienden injustificados para la adquisición de las terminales más sofisticadas y la crítica a formas de uso que se consideran excesivas. Estos hallazgos subrayan que el proceso de domesticación de una tecnología, en este caso la telefonía móvil, nunca es lineal.

Palabras clave: domesticación; apropiación de tecnologías; comunicación móvil; tecnologías interactivas.

Introducción

El modelo de domesticación de tecnologías –formulado originalmente por Silverstone y otros investigadores asociados en los años noventa (Silverstone, 1996, 2005; Silverstone, Hirsch, y Morley, 1996)– es parte del *background* de una porción importante de las investigaciones que se han realizado en las últimas dos décadas acerca de la apropiación y uso de dispositivos móviles, desde una perspectiva sociocultural. Haddon (2006), por ejemplo, señala que “la mayoría de los elementos de la perspectiva de la domesticación son compartidos de hecho en los estudios actuales sobre telefonía móvil” (p. 48), opinión similar a la de autores como Hartmann (2013), Ling (2012) y Oksman (2010). Investigaciones más recientes han apelado directamente a este enfoque, con adaptaciones que se distancian en mayor o menor grado de la propuesta original (Bolin, 2010; de Reuver, Nikou y Bouwman, 2016; Matassi, Boczkowski, y Mitchelstein, 2019).

El modelo, tal como fue inicialmente formulado, hace hincapié en las capacidades de agencia de los individuos

ABSTRACT

Socio-cultural approaches to the study of technology appropriation processes highlight the possibility that a technological device will not always be used in the planned ways. Based on a set of in-depth interviews with adult mobile phone users, this article analyzes the limits and resistances faced by some aspects of its use, related to three issues: the perception that certain uses are not of free choice but are explained by external pressures, the refusal to allocate amounts that are considered unjustified for the acquisition of the most sophisticated terminals and criticism of forms of use that are considered excessive. Consequently, these findings underline that the process of domestication of a technology, in this case mobile telephony, is never linear.

Keywords: domestication; appropriation of technologies; mobile communication; interactive technologies.

en los usos de las tecnologías, lo que supone un distanciamiento de cualquier posición determinista. En ese sentido, continúa y profundiza una tradición que incluye los señalamientos de Williams (2011), el conocido modelo de codificación/decodificación (Hall, 1980; Morley, 1996) y la propuesta alternativa para el estudio de los dispositivos tecnológicos del “circuito de la cultura” (Du Gay, Hall, Janes, Mackay y Negus, 1997). Silverstone, que se enfocaba originalmente en la televisión como tecnología de comunicación, enfatiza en la condición doméstica del consumo televisivo y, en consecuencia, en la importancia del hogar y la familia como marcos del uso de los dispositivos y del consumo de sus contenidos.

En concreto, la domesticación –con su obvia alusión a los cambios que permiten que un animal salvaje se convierta en uno doméstico y pueda así convivir con los humanos– alude al proceso por el cual “las tecnologías, la televisión y los programas mismos [encuentran] un espacio o un lugar propios en el hogar” (Silverstone, 1996, p. 145). La domesticación

Luis Ricardo Sandoval
Universidad Nacional
de la Patagonia San
Juan Bosco, Comodoro
Rivadavia, Argentina. Red
de Investigadores sobre
Apropiación de Tecnologías
Digitales
<https://orcid.org/0000-0001-8898-5745>
lrsandoval@unpata.edu.ar

Roxana Cabello
Universidad Nacional de
General Sarmiento, Los
Polvorines, Argentina. Red
de Investigadores sobre
Apropiación de Tecnologías
Digitales
<https://orcid.org/0000-0001-6844-3236>
rcabello@ungs.edu.ar

Recepción: 28/08/2019
Aceptación: 25/10/2019

de las tecnologías de comunicación tiene un carácter especial: por un lado, son objetos —y objetos tecnológicos— y eso implica que son manufacturados, distribuidos y adquiridos mediante sistemas tecno-industriales propios de la tardomodernidad. Por otro lado, son vehículos de mensajes. Dado que el consumo de un objeto debe ser entendido por su carácter representativo —y a la vez, constitutivo— de valores sociales (Appadurai, 1991; García Canclini, 1995), en el caso de las tecnologías de comunicación estas resultan significativas en dos niveles: como objetos mismos (en forma similar a la vestimenta, comida, automóviles y muebles) y como medios. A esta característica particular de las tecnologías de comunicación se la denomina *doble articulación*.

Desde un punto de vista analítico, Silverstone propuso una serie de etapas o momentos. En una primera instancia (Silverstone et al., 1996) postuló cuatro etapas: apropiación, objetivación, incorporación y conversión. Más adelante (Silverstone, 1996), agregó otras dos al inicio del proceso: mercantilización e imaginación. Este esquema ha sido aplicado con mayor o menor fidelidad en un número importante de investigaciones que se enfocaron en objetos tecnológicos muy diversos, tales como Internet en el hogar (Scheerder, van Deursen, y van Dijk, 2019), los juegos digitales en adultos mayores (De Schutter, Brown, y Vanden Abeele, 2015), las computadoras portátiles entre estudiantes universitarios (Vuojärvi, Isomäki, y Hynes, 2010), la televisión por cable (Sgammini, 2011), los *smartphones* (De Reuver et al., 2016) y las aplicaciones de mensajería (Matassi et al., 2019).

En otros casos la aplicación del modelo no resulta tan precisa, sino que la domesticación opera como una metáfora de inspiración general (Lim y Soon, 2010; Pérez, 2009; Quandt y von Pape, 2010). Por otra parte, en el desarrollo de las investigaciones que asumieron la propuesta realizada originalmente por Silverstone se registraron diversos inconvenientes, tanto en lo que

hace a la linealidad del modelo (Hynes y Rommes, 2005; Ward, 2005), como al privilegio dado al hogar y la familia en detrimento de otros ámbitos institucionales (Haddon, 2005), o al hecho de que los límites del hogar son cada vez menos importantes para definir el acceso y uso de las tecnologías, particularmente a partir de la difusión de la telefonía móvil (Oksman, 2010; Winocur, 2009; Yarto Wong, 2010).

Si bien el enfoque que adoptamos en la investigación de la que aquí se presentan algunos resultados reconoce la influencia del modelo de domesticación, se enmarca mejor en el contexto teórico de los estudios de apropiación. A nuestro entender, la categoría de apropiación se ha vuelto clave para el estudio de las tecnologías desde una perspectiva sociocultural. De hecho, en la tradición de los estudios de comunicación latinoamericanos, esta categoría ya jugaba un rol importante al aludir al reenmarcamiento de una pauta cultural, extraída de un contexto y colocada en uno nuevo, como parte de una práctica identitaria,¹ pero también al trabajo de interpretación que realizan los receptores de los medios y los productos masivos (Sandoval y Bianchi, 2017). Con todo, en los inicios del siglo XXI, la apertura de posibilidades efectivas de participación y producción provocada por el desarrollo de aquello que se denominó inicialmente la web 2.0, así como de la difusión de tecnologías digitales de registro, edición y distribución de contenidos, llevó a que se profundizara una línea de investigación acerca de la apropiación *de las tecnologías*.

Una definición general de este concepto es la que propone Winocur (2009): “Cuando hablamos de apropiación nos referimos al conjunto de procesos socioculturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socioculturales” (p. 20). Sin embargo, otros autores han buscado una precisión mayor.² Morales (2009, 2015, 2017) ha insistido en la condición proyectual de una categoría de

1:: Es el sentido general que le da Martín-Barbero en *De los medios a las mediaciones* (1987).

2:: En 2016 se constituyó la Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías Digitales (RIAT), que agrupa a investigadores que comparten esta perspectiva. La RIAT ha publicado hasta la fecha dos libros colectivos en los cuales puede encontrarse un panorama del área (Cabello y López, 2017; Lago Martínez, Álvarez, Gendler y Méndez, 2018).

apropiación que sea al mismo tiempo relevante teórica y políticamente, aludiendo a que en la actualidad el uso de las tecnologías puede volverse un recurso central en los procesos de autonomía personal y colectiva. Por su parte, Lago Martínez, Méndez y Gendler (2017) han propuesto una tipología de formas de apropiación de tecnologías que va desde un uso reproductivo a un uso creativo, y que busca establecer distinciones analíticas para el abordaje empírico de procesos específicos.

En nuestro caso, antes que de apropiación en sí, preferimos hablar del *proceso de apropiación de una tecnología*. Se trata de un proceso (histórico) en el cual un ingenio técnico (*hardware*, *software* o conjuntos complejos de ambos) pasa de la inexistencia a ser incluido en la cotidianidad de personas y grupos, para lo cual deben atravesarse un conjunto de fenómenos socioculturales y condensarse una multitud de sentidos. De este modo resulta posible ampliar el foco de interés y abarcar analíticamente la interrelación entre una serie de momentos articulados entre sí y distinguibles a los efectos del análisis empírico: el desarrollo técnico, las regulaciones, las estrategias empresarias y los usos.³ Si bien cada uno de estos momentos requiere enfoques específicos —al mismo tiempo que la totalidad del proceso debe ser tenida en cuenta en cada caso—, el momento crucial de un proceso de apropiación de tecnologías es el del *uso*. Si las personas no usan efectivamente, y con algún sentido, los dispositivos tecnológicos, resulta imposible hablar de *apropiación* o domesticación.

El encuentro con una tecnología en particular se da desde un conjunto de necesidades, experiencias y expectativas del usuario, en parte configuradas por el discurso publicitario (Karnowski, 2012; Sandoval, 2019). Las trayectorias biográficas del usuario condicionan y enmarcan la percepción del objeto tecnológico y sus usos, por lo cual estos solo pueden abarcarse desde la confluencia de diferencias (y desigualdades) económicas, sociales, educacionales y de género que caracteri-

zan cada uso y a cada usuario en concreto. Es en el uso donde “la certeza de la dominación se transforma en la incertidumbre de la resistencia” (Silverstone, 1996, p. 139) o donde al menos esto puede suceder.

Aun cuando los dispositivos y aplicaciones tienen características, posibilidades y limitaciones derivadas de su diseño (Schrock, 2015), también es inherente a este que presenten cierta flexibilidad interpretativa (Pinch y Bijker, 2008). Por lo tanto, siempre existe la posibilidad, muchas veces actualizada, de que un dispositivo tecnológico no sea utilizado como imaginaron sus creadores y los aparatos gubernamentales y empresariales que los sostienen. Es justamente esta posibilidad la que es abordada en este trabajo.

Los resultados que se presentan en este artículo surgen de un acercamiento cualitativo con el propósito de reconstruir, desde una perspectiva biográfica, el proceso de apropiación de la telefonía móvil en usuarios adultos. Si bien encontramos que, en más de un sentido, los usos que realizan confluyen con las propuestas planteadas en la retórica publicitaria —entre otras discursividades—, hallamos que no todos los usos son percibidos como de libre elección y que, además, los usuarios entrevistados plantean ciertas resistencias que podríamos considerar *límites al proceso de domesticación*.⁴

Metodología

Para este trabajo nos hemos centrado en la telefonía móvil debido a que es hoy la tecnología de comunicación de uso más extendido. Según los últimos datos disponibles, en 2018 el total de líneas activas de teléfonos móviles superó a la población mundial, al alcanzar una teledensidad de 103 % (7.900 millones de líneas), en tanto que la penetración —medida en número de suscriptores únicos— alcanzó el 67 %, que corresponde a 5.100 millones de personas (GSM Association, 2019). En Argentina, país en donde se realizó esta investigación,

3:: Hemos avanzado en análisis parciales en otros trabajos (Sandoval, 2016, 2017, 2019).

4:: En este artículo se habla de “límites” a la domesticación como proceso empírico, no como un cuestionamiento a la validez teórica de la categoría. De hecho, quienes adscriben a la corriente de la domesticación señalan que esta no es lineal ni está asegurada, por lo que estos límites o resistencias forman parte del propio proceso.

5:: Estudios de consultoras ubican la cantidad de usuarios de *smartphones* en valores que van de los 34 a los 39 millones, es decir, en alrededor de dos tercios del total de líneas activas. Dado que se incluyen segundas y terceras líneas de un mismo usuario, el porcentaje de los que utilizan *smartphones* es más alto. De acuerdo a la Mobile Marketing Association, se ubicaría sobre el 90 %. Ver "Argentina es el país" (2018) y "Cuántos smartphones hay" (2019).

6:: Según el último informe técnico disponible sobre Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos a partir de datos de la Encuesta Permanente de Hogares, Comodoro Rivadavia-Rada Tilly es el aglomerado con la tasa más alta de posesión de celular (93,0 %) entre la población de 4 años o más, entre los 31 aglomerados urbanos relevados. Un análisis comparativo de los datos de acceso a TIC en la región patagónica respecto al resto de Argentina puede consultarse en Sandoval y López (2018).

7:: Matassi, Boczkowski y Mitchelstein (2019) identificaron usos diferentes y característicos de WhatsApp entre adultos jóvenes, de mediana edad y mayores. El grupo de adultos de mediana edad, que coincide con nuestro rango etario, mostró su inclinación por usos asociados al trabajo y al cuidado de los demás integrantes de la familia. Si bien estos resultados coinciden con los nuestros, debe tomarse nota de que los usos característicos de los otros dos grupos etarios presentaban importantes diferencias.

hacia mediados de 2019 la cantidad de líneas activas alcanzaba las 57.600.000, con una teledensidad del 128,9 %, según cifras del organismo regulador (Ente Nacional de Comunicaciones, 2019)⁵. En concreto, el trabajo de campo se realizó en el aglomerado constituido por las localidades de Comodoro Rivadavia y Rada Tilly, ciudades ubicadas en la Patagonia argentina y en donde se registran las mayores tasas de teledensidad móvil urbana del país,⁶ por lo que se ha entendido que constituyen un ámbito especialmente apropiado para una indagación de estas características.

El corpus de análisis para este trabajo está compuesto por un conjunto de entrevistas en profundidad realizadas a usuarios de entre 35 y 60 años residentes —de forma continua o alternada— en la zona patagónica desde al menos mediados de la década de los noventa. El rango etario se delimitó a efectos de circunscribir las entrevistas a personas que fueran adolescentes, jóvenes o adultos jóvenes al momento en que la tecnología se introdujo en su zona de residencia. La peculiar forma de despliegue de los servicios de telefonía móvil en Argentina (Sandoval, 2017) explica la limitación geográfica, ya que con ella se buscó que las ofertas de las operadoras a las que accedieron los entrevistados a lo largo del período fueran comparables.

En la selección de los entrevistados se procuró que existiera equilibrio en términos de género, rango etario (diferenciando entre un rango de 35 a 45 años y otro de 46 a 60 años), ocupación (trabajadores manuales, profesionales y amas de casa) y nivel de instrucción. Se intentó llegar a un número de casos-tipo suficientes para alcanzar saturación (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 1991; Wimmer y Dominick, 1996). Las entrevistas fueron registradas a través de dispositivos de grabación de audio digital; registro que se complementó con la confección de un cuaderno de bitácora. Todos los documentos resultantes del trabajo de campo fueron desgrabados y se analizaron en conjun-

to desde la perspectiva del análisis temático (Aronson, 1995; Miele Barrera, Tonon, y Alvarado Salgado, 2012), mediante la utilización de un *software* de procesamiento de datos cualitativos (ATLAS.ti). En los casos en que se citan fragmentos de las entrevistas, los nombres han sido modificados para preservar el anonimato.

El trabajo de campo se realizó en dos etapas: la primera entre julio y noviembre de 2017 y la segunda entre setiembre y octubre de 2018. En total se realizaron 10 entrevistas cualitativas, que se asimilaron a las de tipo estandarizado no programado (Valles Martínez, 2014): se diagramó una guía de preguntas, pero no se buscó que todas fueran respondidas en cada caso, para respetar el fluir de la conversación. Aunque el objetivo distara de la construcción de una historia de vida de cada entrevistado, se indagó acerca de algunos componentes de la biografía de cada uno, ya que se consideraron relevantes para enmarcar el discurso acerca de los usos. Por este motivo, el diseño de las entrevistas también tuvo en cuenta la técnica de la historia oral temática (Aceves Lozano, 1999; Magrassi y Rocca, 1990; Sautu, 1999). Tras la entrevista, cada informante respondió una breve encuesta con el objetivo de precisar algunos datos cuantitativos.

Resultados

En nuestra investigación encontramos que el teléfono móvil se ha incorporado de una manera muy amplia a la cotidianidad de los entrevistados. La comunicación familiar es una de las dos razones principales para la adopción inicial (la otra es el trabajo) y la respuesta invariable respecto al uso o función principal es la de comunicarse con los demás integrantes de la familia.⁷ El teléfono móvil ha permitido la incorporación habitual de la *presencia conectada* (Licoppe, 2004) a las rutinas de muchas familias y se da por hecho su existencia y disponibilidad, lo que convierte en una necesidad subjetivamente percibida la conexión permanente (Hjorth, 2009; Mascheroni y Vincent, 2016).

Sin embargo, el proceso de apropiación de los teléfonos móviles ha sido y es significativamente más conflictivo que el que se aprecia en el discurso publicitario de las operadoras y en otras textualidades que coinciden con este en el optimismo. Por caso, la necesidad de estar actualizado puede ser un *leitmotiv* de la retórica publicitaria, pero no siempre los entrevistados lo perciben como algo deseable. Al contrario, en su perspectiva, algunos usos deben ser adoptados por presiones externas, ya sea que estas se originen en aplicaciones que alcanzan masa crítica en sus redes de relaciones o a causa de decisiones de empleadores o sistemas administrativos y gubernamentales.

Por otra parte, existen algunos aspectos en los que los entrevistados plantean límites o resistencias, que se despliegan en lo que hace al dispositivo como objeto y también en relación con sus usos.

“Estábamos renegando con el tema de que se adelanta tanto la tecnología”: usos obligados

Existe una sección especial de los usos que podrían denominarse “obligados”, que son aquellos que el usuario se ve compelido a adoptar por razones externas a su deseo o interés. En algunos casos se trata de usuarios renuentes que se enfrentan a las consecuencias de la generación de una masa crítica respecto a un uso o aplicación que alcanza el nivel de una tecnología de mediación social (Ling, 2012). Un caso relativamente reciente y muy destacado es la institucionalización de WhatsApp como herramienta de comunicación. En una investigación anterior (Sandoval, 2013), en el marco de un grupo de discusión con técnicos y profesionales realizado en 2012, se había producido esta intervención:

VERÓNICA: En mi caso particular me quedé fuera de todo mi círculo de amigas. Somos nueve, ocho, todas tienen teléfonos tecnológicos con un programa que se llama WhatsApp o algo por el estilo... Se comunican entre ellas y yo quedé

afuera, mal. Dicen “No, pero si nosotras dijimos el otro día tal cosa”, “¿Qué dijeron?”, les digo, “¿De qué? ¡Hola!”.

Cinco años después, el crecimiento de la masa de usuarios de la aplicación la volvió ineludible. Y así lo sintió Santiago (60 años, martillero público), quien a lo largo de la entrevista resaltó los aspectos utilitarios y vinculados a la actividad laboral del uso del móvil, del que tiene, en ese registro, una apreciación muy favorable. Sin embargo, en algunos aspectos se sintió obligado a adoptar ciertos usos, más allá de su interés.

SANTIAGO: Yo estoy años y años con los equipos. Pero en un momento determinado me pasó que yo, en la familia... que yo compraba el teléfono para Susana [su esposa], para [mis nietos] y, claro, ellos empezaron a comunicarse, creo que fue por el tema ese de WhatsApp. Empezaron a comunicarse y entonces yo seguía con el mío, porque a mí me servía. Y yo estaba quedando relegado, en el sentido de que estaba quedando fuera del entorno ese, de las conversaciones familiares, por ahí con mis amigos, qué se yo. En ese momento sí: yo cambié el teléfono para poder estar acorde a la tecnología de ese momento. Si no, yo hubiese seguido con lo mío, la comunicación verbal era lo mío.

Según el relato de Santiago, la necesidad de adquirir un nuevo equipo – y de iniciar un nuevo tipo de comunicación: escribir mensajes– deriva de la necesidad de no “quedar relegado”, no quedar fuera del flujo comunicativo familiar que cada vez está más mediado técnicamente. Pero la presión que ha sentido no proviene únicamente de los integrantes de la familia, y esto queda ejemplificado con un episodio que relató: uno de sus hijos residía desde hacía unos meses en otro país por razones laborales y su nieto estudiaba en Buenos Aires. Entre los tres, y mediante intercambios por WhatsApp, habían arreglado una transacción comercial que implicaba la venta de un

auto, el pago de impuestos y transferencias bancarias. Dado este relato, Santiago fue interrogado respecto a si había realizado la transferencia bancaria utilizando una aplicación de banca en línea (*home banking*):

SANTIAGO: Me fui al banco, al cajero ahí automático, lo hice recién, y deposité en el cajero. Yo hoy, si tuviese que hacer una transferencia bancaria con [el celular] yo no sé, tendría que ponerme, sentarme... no es práctico para mí. No estoy familiarizado con ese tema, no lo hago habitualmente.

Sin embargo, algunas disposiciones administrativas no le permiten alternativas y lo obligan, pese a su molestia, a adoptar ciertos usos de las tecnologías. Así, Santiago relató la dificultad que le genera no poder abonar, desde hace un tiempo, su monotributo en los locales de cobranza extrabancarios (como Rapipago o Pago Fácil) como hacía habitualmente. Esto se debe a nuevas disposiciones gubernamentales que han limitado la operación a los canales bancarios, algo que lo obliga a utilizar servicios automáticos (terminales de autoservicio, servicios web o aplicaciones de *home banking*). La solución provisoria que había encontrado consistía en pedir a otros que realicen esta operación: "Todavía no sé cómo miércoles voy a hacer para pagar... y debe ser una estupidez".

Natalia (43 años, peluquera) también manifestó su molestia respecto a este tipo de decisiones administrativas:

NATALIA: [...] ahora estábamos renegando con el tema de que se adelanta tanto la tecnología, que hoy en día tenés que tener el posnet en el celular y tenés que, ponerle, hacer monotributista y todo, ingresos brutos, hacerlo todo por Internet y que te envíen al celular y no... Me revienta, digamos.

Las presiones pueden venir de la administración gubernamental, pero también del empleador. Javier (46 años)

es, entre los entrevistados, el más reticente a la adopción de tecnologías en general y del móvil en particular. Cursó estudios secundarios en una escuela técnica y luego de completarlos ingresó en la industria petrolera, rama de actividad en la que se ha desempeñado por dos décadas y en donde actualmente es jefe de un equipo. Cuando su esposa adquirió un celular, él se mostró reacio a imitarla, porque "no le veía en ese tiempo la utilidad". Recién decidió adoptar esta tecnología cuando se vio obligado a ello en su ámbito laboral.

ENTREVISTADOR: ¿Y en qué momento te engan-
chaste vos?

JAVIER: Ehh... Fue por el tema laboral... Porque en el tema laboral después ya los de Comodoro empezaron a dejar las radios de VLU y eso de usarla porque ellos suponían que vos ibas teniendo teléfono...

ENTREVISTADOR: Ajá.

JAVIER: Es más, los jefes nuestros dicen "¿Pero no tenés teléfono, negro?", "No, loco, no tengo teléfono. No...", "Y, es que los técnicos de las radios no están habilitados para entrar a los yacimientos. Fijate si podés conseguirte un teléfono".

Para interpretar este relato debe tenerse en cuenta que las operadoras petroleras tienen asignadas áreas de explotación, sobre las que definen normas y criterios de seguridad y acceso (por ejemplo, habilitaciones especiales para los conductores de vehículos). En las últimas décadas estas normas se han vuelto más complejas, en virtud de mayores exigencias de seguridad y ambientales. Al parecer, como consecuencia no buscada de esta mayor complejidad, se volvió más difícil realizar el mantenimiento y reparación de los radiotransmisores con los que anteriormente se sostenía la comunicación entre los equipos y las bases. Dado que al mismo tiempo las



Foto: Ignacio Sánchez

operadoras de telefonía móvil desplegaron antenas en las zonas de mayor actividad, la forma en que las empresas han “resuelto” el problema ha sido transfiriendo la responsabilidad (y los costos) de la comunicación a los propios trabajadores.

Javier era renuente a volverse usuario del teléfono móvil, pero en su caso su actividad laboral lo presionó de una manera que él percibe como directa. Y esa presión ha continuado, en la medida en que estos dispositivos se volvían una tecnología de mediación social: “Ahora ya todo el mundo tiene asumido que todos tienen un teléfono”, dice. Es el temor a lo que implica no responder a esta asunción en el ámbito laboral, en un sector económico que se mueve con la lógica de un agresivo capitalismo eficientista, lo que terminó convenciendo a Javier, aún a regañadientes, de la necesidad de adoptar la nueva tecnología y de incorporar posteriormente usos específicos, como la toma de fotografías y el uso de WhatsApp.

Carolina tiene 41 años y vive junto a sus tres hijos (19, 16 y 12 años al momento de la entrevista). Terminó el

secundario siendo adulta y desde hacía dos años estudiaba Trabajo Social en la universidad local. En su caso, las presiones para adoptar ciertos usos provinieron de opciones comunicativas que se han estandarizado en muchas instituciones:

CAROLINA: En sí le doy el uso de la comunicación... WhatsApp, por ahí las redes, pero tampoco es que estoy todo el día metida en las redes, sino ahí un rato, porque lamentablemente acá en la Uni tenés grupo para todo. Entonces te obligan a meterte al Facebook y “Subí tal cosa”, y te metés, descargás la información, el documento y lo tenés en el celular para seguir leyendo, para trabajar en momentos, si no trajiste computadora, ¿no?

Nótese el adverbio que escoge Carolina para caracterizar el uso informativo de WhatsApp y Facebook por las cátedras universitarias: algo que en la perspectiva de otros estudiantes y de la misma cátedra es muy probablemente una ventaja o un mérito, para ella es *lamentable*.

**“Lo cambio cuando se me rompe”:
austeridad tecnológica**

Los dispositivos de telefonía móvil tienen un rango muy amplio de precios, según su marca, prestaciones y diseño. En ellos se entrecruzan y coexisten el mundo de la moda y el mundo del diseño (Fortunati, 2013), ambos subordinados a la lógica del mercado. En el recuerdo de Nicolás (45 años, odontólogo) sobre las etapas introductorias del teléfono móvil, su adquisición solo parecía justificarse en términos de *careteo*,⁸ como señal de estatus, muchas veces equívoca.

NICOLÁS: Mientras estudiaba y eso no, nunca tuve celular. Ya había unos chicos que tenían, pero para hacer facha nada más: acá, calzado en el jean... era así, era como una cosa de tener estatus, o de careta, tener el celular. Porque la verdad es que era carísimo hablar por el celular. Era carísimo, me acuerdo que era carísimo. Y había un amigo, de Olavarría, que lo tenía, y no lo podía usar, porque le salía carísimo. Pero lo llevaba acá, puesto en el pantalón, para que todo el mundo lo vea.

El teléfono móvil connotaba, por esos años, un acento en la apariencia, a diferencia de otras tecnologías precedentes como el localizador o *beeper* que, según el recuerdo del mismo Nicolás, “se usaba para laburar, no se usaba para joder”. En la actualidad la señal no pasa por su posesión, sino por el tipo de aparato, en cuanto a su gama y a su antigüedad. Los dispositivos tienen un uso intenso y son casi inevitables caídas y golpes por lo que, en consecuencia, es fácilmente perceptible la antigüedad del aparato. Estos matices se evidencian en el relato de Santiago.

SANTIAGO: Ahí en el juzgado, por ejemplo... yo tengo mucho contacto con el muchacho que es jefe de la oficina de mandamientos, viste. Y él viajó, yo no sé cómo hizo, viajó a Estados Unidos, qué se yo, y se trajo uno de esos ¿cómo es que se llama?

⁸: Expresión del lunfardo rioplatense que denomina la acción de “ser careta”, esto es, simular o aparentar algo que no se es.

ENTREVISTADOR: Un iPhone...

SANTIAGO: Eso. Un iPhone, creo que se llama ¿un iPhone? Uno de esos. Entonces siempre me hincha las pelotas: “¡Eh, que teléfono de mierda que tenés!” y que esto que el otro. “A mí me sirve”, le digo. Mientras a mí me funcione y me sirva, para qué quiero... Lo debe haber pagado más barato allá, indudablemente, en Estados Unidos. Calculo yo.

Nuestros entrevistados poseían aparatos de rango medio y bajo, y casi todos manifestaron no encontrar justificaciones para invertir en los de mayor valor. No solo eso, sino que sus conocidos que habían adquirido móviles de gama alta eran criticados por ese despilfarro.

LUCÍA: Lo que sí hay mucha gente... yo tengo de mi familia, son terribles con el celular. Lo compran, salió uno nuevo y es la locura por ir a comprarlo. Y le digo: “Tenés uno nuevo”, y me dice: “No, no, hay que estar actualizado” [...]. Fortuna en celulares, pero fortuna.

Es similar el razonamiento de Sandra:

SANDRA: Conozco gente así que están esperando cuál sale y... y que no necesariamente se le rompe, porque salió el último, le gustó y se lo compró. O sea, a mí me parece una locura [...] porque ¿con qué necesidad? O sea, está bien que te guste, pero no todo lo que te gusta te podés comprar.

La hipotética excepción pasaría porque la adquisición se justifique por su utilidad, por un uso específico asociado a un objetivo laboral, que dé sustento a una inversión significativa.

SANDRA: Hay gente que le da la utilidad a esos teléfonos. Yo no me compraría un iPhone, porque no... me parece súper caro y no le doy la utilidad.

Con pocas excepciones, los entrevistados adhieren a un ethos particular que proponemos denominar una forma de *austeridad tecnológica*: los teléfonos móviles son útiles y por lo tanto deben adquirirse, pero la inversión en equipos de gama alta requiere una justificación operativa o queda connotada negativamente como un tipo de consumo conspicuo (Veblen, 1995).

Esta austeridad tecnológica hace que la respuesta más habitual a la pregunta acerca del motivo para el cambio de aparato sea “porque se me rompe”. En el caso de Elizabeth (51 años, empleada administrativa y profesora de artes plásticas), esta actitud entronca, de modo coherente, en una definición más compleja de su identidad. Ella se define como una artista, aunque se ve obligada a ganarse la vida con una actividad más prosaica (“yo trabajo como administrativa en una empresa constructora, pero mi alma está en el arte, en realidad”). La valorización del arte y el rechazo a los valores materiales y al consumismo la llevan a privilegiar, al menos en su relato, un uso meramente instrumental del teléfono móvil (algo que se recuperará de inmediato, en la próxima sección), para lo cual el aparato debe ser el más sencillo y barato, y su recambio solo se justifica por una rotura.

ELIZABETH: No, eso de estar cambiando de modelo porque sí, o sea... soy de la vieja escuela, o sea: lo usás hasta que se rompe. Si sirve ¿por qué? Soy muy ecológica, muy ambientalista, entonces ¿por qué voy a cambiar algo que ya sirve, por qué voy a tirar lo que todavía funciona?

El correlato de esta ideología personal es la crítica a quienes, adquiriendo aparatos ostentosos, dan muestras de su adhesión a valores y estilos de vida consumistas.

ELIZABETH: [Tener aparatos caros es una señal] de estatus, obviamente... Bueno, hasta el día de hoy hay que tener el iPhone, porque si no...

Y se conocen desde chiquitos los modelos, las marcas, los precios, cosa que me parece terrible.

En una época en la que los relojes pulsera y las joyas son inhabituales, el teléfono móvil es, en muchos casos, el elemento más oneroso entre los que una persona lleva consigo. El lanzamiento de los dispositivos de gama alta se realiza con eventos y campañas publicitarias que rivalizan, en producción y estética, con autos y perfumes. Son colocados como objetos preferentes de deseo en la imaginación de los consumidores y como símbolos de distinción.

Si la conciencia respecto a este posicionamiento lleva a la mayoría de los entrevistados, como recién se vio, a una forma de rechazo que fue caracterizada como austeridad tecnológica, la excepción quedó constituida por Rocío (37 años, ama de casa), quien también es nuestra entrevistada de menos edad. Si bien el aparato que poseía en el momento de la entrevista era de gama media, reconoció que algunas de sus amigas poseían dispositivos de gama alta y que le resultaban atractivos. Si no había adquirido uno era por una cuestión de prioridad en la asignación de los gastos domésticos, pero no por algún tipo de principio más general.

Rocío: Muchas amigas que están con eso.

ENTREVISTADOR: ¿Y qué... qué te parece respecto a eso?

Rocío: No sé... sí, a mí me gusta, ponle. Vos lo ves al teléfono, le ves las funciones que tiene, las cosas que hace, capaz que por ahí una foto ya... o una filmación de un video... Nosotros somos de viajar siempre. Entonces, vos decís, las fotos que yo tomé nada que ver que las tome con esos Samsung S9 que vienen ahora. A mí me llaman la atención, me gustan. Mi marido el año pasado me dice: “Andá y comprate...”. No. Porque no es

porque lo podés pagar, es porque es mucha plata. Y si yo estoy terminando mi casa, le dije a mi marido, no voy a gastarme en eso. Capaz que el día de mañana, que yo termine mi casa, que ya no tenga cuentas ni nada, me puedo llegar a comprar un teléfono de esos, no te digo que no. Porque me gustan, no te digo que... llaman la atención. Te llaman la atención.

Morley (2009) ha afirmado que “de todos los objetos técnicos de nuestra era, el teléfono móvil tal vez sea el que actualmente lleva la carga simbólica más pesada” (p. 260). Ya sea que se resistan o se vean seducidos por las tentaciones del mercado, los entrevistados parecen dar cuenta de esa carga simbólica.

“Yo no le doy mucha bolilla”: reticencia al uso excesivo

Si el aparato en sí, su misma condición de objeto, resulta significativo respecto a su poseedor, otro tanto pasa, tal como indica la mencionada idea de la doble articulación, con su uso. Si la inversión económica excesiva es criticada desde la posición de la austeridad tecnológica, el exceso de tiempo invertido en el uso recibe a su vez una crítica simétrica: es vista por muchos de los entrevistados desde una posición de reticencia, despierta sospechas.

A lo largo de las entrevistas se repite como *leitmotiv* la necesidad de los entrevistados de demostrar que el uso que hacen de los teléfonos móviles es moderado: “Lo uso la verdad lo mínimo indispensable” (Elizabeth); “No estoy permanentemente con el celular” (Marcela); “Yo lo tengo, pero hasta ahí” (Natalia); “No es algo que me llame la atención mucho” (Javier); “Lo que pasa es que tengo una vida muy activa, entonces no estoy pendiente del celular” (Carolina); “Yo no le doy mucha bolilla. O sea, no lo uso tanto” (Sandra). La crítica se dirige a otros usuarios y a sus consumos desmedidos, que a veces se caracterizan como una adicción.

SANDRA: Bueno, por ahí él [su marido] es más adicto al celular, entonces yo le digo: “Bueno, loco, te dije que no atiendas, si no es necesario”.

En sus propias familias intentan, en muchos casos, poner límites al uso, especialmente durante los horarios de las comidas. Pero la percepción es que forman parte de una minoría, asediada por quienes se han abandonado, acriticamente, a un uso intensivo.

ELIZABETH: Esa cosa de que están juntos y que no se hablan, ya es otro tema. O están todos en la misma casa y no se hablan. Están todos con el teléfono: el papá en un lado, la mamá en el otro, el chico en el otro y todos con el teléfono en la mano. Y están todos adentro de la casa.

Las tecnologías digitales en general, los teléfonos móviles en particular, en la mirada de sus usuarios, son protagonistas de un proceso de fetichización: adquieren vida e intenciones y una capacidad de seducción a la que resulta difícil oponerse, más aún para los más jóvenes. Como profesora de nivel secundario, Marcela (47 años) explicó que el uso del móvil en las clases se restringe a actividades pautadas, pero en su relato pareciera que la tentación de usarlo que sufren los estudiantes es más fuerte que la voluntad que pueden oponer para resistirse a hacerlo.

MARCELA: En las instituciones donde yo trabajo [...] cuando uno lo ve con un celular a los chicos, lo toman como algo que está mal, ellos saben que está mal... A ver, si yo no les digo: “Saquen el celular y busquen tal información”, por supuesto. Pero si estamos haciendo una tarea ajena, que no es con celular, si yo me acerco y les digo... [contestan] “Ah, no, perdón, perdón”. Y por ahí hasta te lo dan voluntariamente, como diciendo “No me quiero tentar con el celular”. Por ahí me dice “Tomá, lleváelo, porque si no me tiento”.

Puede considerarse que un aspecto de la reticencia es la mirada negativa sobre algunos usos, y específicamente sobre la exhibición de la privacidad, posibilitada —e incluso alentada— por las redes sociales. Es algo en lo que se detiene Natalia.

NATALIA: Digamos: yo lo tengo [Facebook], pero hasta ahí. No soy de andar publicando o, digamos, no pongo cosas mías, personales, como hay gente que pone, qué se yo, “Hoy estoy en la pelu... cha... me corté... zá”. No, no soy...

ENTREVISTADOR: ¿Y tenés amigos que son así?

NATALIA: Sí, ponen hasta lo que comen. Ponen hasta... Se bañaron y se quemaron, el agua estuvo caliente, estaba fría, hoy no hubo agua... Todas esas cosas, pero yo no... Es más, a veces me dicen “Pero vos no publicás nada en tu Face”. “¿Qué, que publiqué qué? Yo voy a publicar algo que... algo interesante, que importe, no lo que sea lo de mi vida”, le digo yo [...] No soy así, fanática.

Es similar la reticencia de Marcela, que sugiere que la imagen de la persona omniconectada y que comparte su vida cotidiana por vía de las redes sociales —recurrente en la publicidad y en los discursos informativos— no es un modelo deseable.

MARCELA: Solamente tengo Facebook [instalado en el teléfono móvil], no tengo nada de lo otro, pero porque no quiero, no porque no... Y tengo Facebook y la verdad que no lo uso prácticamente, no lo uso para comunicarme [...], no hago comentarios, o sea... [...] Tiene que haber algo demasiado, demasiado para mí trascendental como para hacer un comentario...

Ya se había adelantado que el caso más evidente de reticencia es el de Javier, jefe de equipo en una empresa

petrolera, y para quien la adopción de los dispositivos digitales —del teléfono móvil, pero también de la computadora— ha sido experimentada como una obligación derivada de la necesidad laboral. Vale la pena mencionar, ilustrando esta posición, que las entrevistas solían comenzar solicitando que el entrevistado comentara algunos aspectos generales de su biografía (lugar de nacimiento y lugares de residencia, familia, estudios, actividad laboral, etcétera). Esta es la primera respuesta que dio Javier:

ENTREVISTADOR: Bueno por ahí para arrancar lo que te voy a pedir es que me cuentes algo de vos, o sea si sos de acá, si viniste de otro lado...

JAVIER: Sí, yo soy de acá, nacido acá. Tenía dos hermanos que también son nacidos acá, mayores que yo y en lo que es el aspecto que vos me estás preguntando, el tecnológico, pasó adoptarse a nosotros por cuestiones sociales, no por decisión, digamos. Lo de la telefonía celular... Es más, yo no lo logro dominar, hago lo que me compete en el trabajo... O lo que es computación, más lo que me compete en el trabajo. No es algo que me llame la atención mucho ¿viste?

Como se ve, Javier necesita “ir al grano” y sentar su posición reticente o defensiva. Como ya se explicó, para él volverse usuario fue algo inducido u obligado por la empresa. Y luego esto se repitió con la incorporación de aplicaciones y habilidades (como WhatsApp y la cámara de fotos) y la propia actualización de su dispositivo (“Tuve que cambiar el aparato. Cuando empezó lo de las cámaras, lo de las fotos”). Fuera de la exigencia laboral, Javier intenta mantenerse alejado de las tecnologías digitales (“Yo soy un negado del teléfono”), pero esta actitud es más bien individual y no un principio que intente extrapolar al resto de su familia. De hecho, tal vez con cierto orgullo, se reconoce como el integrante más reticente.



Foto: Ignacio Sánchez

Con todo, Javier reconoció algunos usos positivos, especialmente la búsqueda de información útil. Sin embargo, y especialmente en los más jóvenes, observaba de modo crítico que los usos intensivos están más bien asociados al entretenimiento.

JAVIER: Y van en la camioneta del turno⁹: dale teléfono, WhatsApp, video, foto... Ahora, preguntá si alguno tiene una página de petróleo... ¡Ninguno! Ninguno... A eso yo voy: que ahora tendrían más acceso a averiguar cosas, equipamiento... diez mil cosas. Ninguna. Y pibes jóvenes: 24, 27, 31.

Así y todo, ni siquiera este uso que parecería “éticamente” justificado, el buscar información, es uno que él haya adoptado en su vida cotidiana.

JAVIER: Una persona adulta por ahí... cómo afilar un cuchillo de asado.... pum... [Internet] te lo explica, listo.

ENTREVISTADOR: ¿Y vos lo hacés eso? ¿Buscar ese tipo de cosas?

JAVIER: Prefiero preguntártelo a vos que yo sé que afilás cuchillos [Risas]. Soy un negado en eso ¿entendés? Capaz que paso por el muchacho que está ahí, al costado del Magisterio [una escuela secundaria cercana a su domicilio], que afila cuchillos: “¿Y qué piedra usás, que piedra tenés?”. No lo voy a mirar en el teléfono.

Se trata de que Javier es un “negado”, como él dice. Pero también se trata, en otros entrevistados, de una reticencia generalizada, de un temor que se muestra al menos en dos vías: a quedar prisionero en una suerte de dependencia, seducidos por el poder de los dispositivos tecnológicos (la “tentación” a la que aludía Marcela), y a ser identificado como parte de un grupo de usuarios, con todo bastante generalizado, que pierden su tiempo en cuestiones intrascendentes

9:: En la industria petrolera, los lugares de trabajo (pozos) se encuentran dispersos en el área asignada al operador. El método utilizado es trasladar a los integrantes del equipo desde sus domicilios hasta el lugar en camionetas o buses, viaje que puede insumir hasta dos horas.

o se abandonan a la banalidad. Si casi todos los entrevistados evitaban que el espejo les devolviera la imagen de personas consumistas, capaces de gastar sumas muy elevadas en dispositivos ostentosos, también evitan reconocerse en usos demasiado intensivos e intensivamente superficiales.

Discusión y conclusiones

Como sugieren las entrevistas aquí presentadas, el proceso de domesticación de la telefonía móvil no es lineal. Si bien los usuarios se han apropiado ampliamente de esta tecnología, incorporándola a las rutinas de su vida cotidiana, también plantean, de varias formas, resistencias y límites, que en esta investigación se han relacionado a tres cuestiones distintas, aunque interrelacionadas.

En primer lugar, y como han señalado algunos autores (Bayer, Campbell y Ling, 2016), el uso de tecnologías como el teléfono móvil o determinadas aplicaciones no puede considerarse únicamente una elección individual, ya que en la medida en que la socialidad contemporánea depende en gran parte de ellas y alcanzan lo que Ling (2012) denomina “masa crítica”, existen fuertes presiones para su adopción. Tanto las relaciones cercanas como también las empresas y servicios gubernamentales, e incluso los empleadores, dan por hecho la disponibilidad y uso de ciertas tecnologías y aplicaciones, lo que se convierte en una presión para su adopción. En este sentido, varios de los entrevistados han manifestado su sensación de sentirse obligados a volverse usuarios, a cambiar sus dispositivos, a adoptar aplicaciones o a desarrollar habilidades y competencias que están lejos de sus deseos o intereses. Quienes aún se resisten pasan a ser, dice también Ling, *exiliados*. Los relatos de Santiago y Javier son ilustrativos de esta situación, la que

puede considerarse la cara opuesta del “principio de Katz”,¹⁰ ya que, en este caso, *que todos ellos lo usen se vuelve un problema para mí*.

Silverstone (1996, 2005) insistió oportunamente en los aspectos distintivos de las tecnologías de comunicación, ya que son objetos y al mismo tiempo vehículos de mensajes (la ya mencionada doble articulación). Considerar apropiadamente este aspecto supondría analizar los textos o contenidos específicamente consumidos o utilizados, cuestión que presenta importantes problemas (Hartmann, 2005) y que no fue abordada en esta investigación. Sin embargo, en forma análoga encontramos que, más allá de que en varios sentidos los usos de los teléfonos móviles confluyen con las propuestas realizadas, por caso, en la retórica publicitaria (Sandoval, 2019), los otros dos tipos de resistencias o límites que hemos detectado son, justamente, los que nuestros entrevistados plantean tanto en lo que hace al dispositivo como objeto, como en relación con sus usos.

En lo que hace al teléfono móvil como objeto, la mayoría de nuestros entrevistados adhieren a un ethos particular que aquí se propuso denominar austeridad tecnológica. Si bien reconocen y valoran la utilidad de los teléfonos móviles, al mismo tiempo recelan de la posesión de equipos de gama alta porque consideran que la inversión necesaria para su adquisición, a falta de alguna justificación operativa, solo puede asociarse a la ostentación, a la superficialidad y al lujo.

Finalmente, los entrevistados también critican lo que consideran un exceso en el tiempo invertido en su uso y tratan consistentemente de ubicarse como usuarios “moderados”, aun cuando se perciben como una minoría a contracorriente. Los entrevistados manifiesta-

10: El “principio de Katz” establece que ser inaccesible no se limita como problema a la persona que carece de teléfono móvil, sino que es un inconveniente para el resto de sus relaciones sociales: “si el otro no lo usa, es un problema para nosotros”.

ron su preocupación, especialmente en relación con los más jóvenes, por un uso excesivo caracterizado muchas veces como adicción.

Al respecto, Mascheroni y Vincent (2016) estudiaron la práctica de la conectividad permanente con los pares por parte de adolescentes, quienes manifestaron ser “dependientes” y relataron cómo sufren la sensación de quedarse fuera del círculo social, especialmente cuando no pueden usar sus dispositivos. Sin embargo, las citadas autoras sugieren que esta dependencia emocional puede disminuir en una etapa posterior de su proceso madurativo, cuando los individuos logran mayor autonomía e independencia. La introducción de los *smartphones* es relativamente reciente y no existían al momento en que nuestros entrevistados eran adolescentes. De hecho, por el rango etario escogido, en la práctica —al menos para la mayoría— ni siquiera eran accesibles los teléfonos móviles más básicos. Se requerirán estudios longitudinales específicos, ya que está por verse si las resistencias y límites que encontramos deben adjudicarse a la etapa vital o a la peculiar forma que ha adoptado el proceso de apropiación de tecnologías en las personas para quienes su naturalización es, por condiciones biográficas, más difícil.

Referencias

Aceves Lozano, J. E. (1999). Un enfoque metodológico de las historias de vida. *Proposiciones*, 29, 1-7.

Appadurai, A. (Ed.). (1991). *La vida social de las cosas: Perspectiva cultural de las mercancías*. México D.F., México: Grijalbo/Conaculta.

Argentina es el país de la región que tiene más smartphones por habitante. (29 de enero de 2018). *BAE Negocios*. Recuperado de <https://www.baenegocios.com/negocios/>

Argentina-es-el-pais-de-la-region-que-tiene-mas-smartphones-por-habitante-20180129-0022.html

Aronson, J. (1995). A Pragmatic View of Thematic Analysis. *The Qualitative Report*, 2(1). Recuperado de <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol2/iss1/3>

Bayer, J. B., Campbell, S. W., y Ling, R. (2016). Connection Cues: Activating the Norms and Habits of Social Connectedness: Connection Cues. *Communication Theory*, 26(2), 128-149. <https://doi.org/10.1111/comt.12090>

Bolin, G. (2010). Domesticating the mobile in Estonia. *New Media y Society*, 12(1), 55-73. <https://doi.org/10.1177/1461444809355112>

Cabello, R., y López, A. (Eds.). (2017). *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías*. Rada Tilly, Argentina: Ediciones del Gato Gris/Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.

Cuántos smartphones hay en la Argentina y cuántos son iPhone. (19 de julio de 2019). *iProfesional*. Recuperado de <https://www.iprofesional.com/tecnologia/296208-celular-android-Cuantos-smartphones-hay-en-la-Argentina-y-cuantos-son-iPhone>

De Reuver, M., Nikou, S., y Bouwman, H. (2016). Domestication of smartphones and mobile applications: A quantitative mixed-method study. *Mobile Media y Communication*, 4(3), 347-370. <https://doi.org/10.1177/2050157916649989>

De Schutter, B., Brown, J. A., y Vanden Abeele, V. (2015). The domestication of digital games in the lives of older adults. *New Media y Society*, 17(7), 1170-1186. <https://doi.org/10.1177/1461444814522945>

Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., y Negus, K. (1997). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. Thousand Oaks, CA: Sage/Open University.

Ente Nacional de Comunicaciones. (2019). *Indicadores: Mercado TIC, postal y audiovisual. 2019, segundo trimestre*. Recuperado de <https://indicadores.enacom.gob.ar/files/informes/2019/2T/00%20-%20IMPR%20-%20Indicadores%20de%20Mercado%20-%202T%202019.pdf>

- Fortunati, L. (2013). The mobile phone between fashion and design. *Mobile Media y Communication*, 1(1), 102-109. <https://doi.org/10.1177/2050157912459497>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F., México: Grijalbo.
- GSM Association. (2019). *The Mobile Economy 2019*. Recuperado de <https://www.gsmainelligence.com/research/?-file=b9a6e6202ee1d5f787cfebb95d3639c5ydownload>
- Haddon, L. (2005). Empirical studies using the domestication framework. En T. Berker, M. Hartmann, y Y. Punie (Eds.), *Domestication of Media And Technology* (pp. 103-122). Maidenhead, Reino Unido: Open University Press.
- Haddon, L. (2006). Domestication and mobile telephony. En J. E. Katz (Ed.), *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology* (pp. 43-56). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En D. Hobson, A. Lowe, P. Willis, y S. Hall (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79* (pp. 117-127). Londres, Inglaterra/Nueva York, NY: Routledge.
- Hartmann, M. (2005). The triple articulation of ICTs: Media as technological objects, symbolic environments and individual text. En T. Berker, M. Hartmann, y Y. Punie (Eds.), *Domestication of Media And Technology* (pp. 80-102). Maidenhead, Reino Unido: Open University Press.
- Hartmann, M. (2013). From domestication to mediated mobilism. *Mobile Media y Communication*, 1(1), 42-49. <https://doi.org/10.1177/2050157912464487>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México D. F., México: McGraw-Hill.
- Hjorth, L. (2009). La poética del retraso: Medios móviles, tecnologías omnipresentes y nociones de lugar. En J. M. Aguado e I. J. Martínez (Eds.), *Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura* (pp. 119-135). Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- Hynes, D., y Rommes, E. (2005). "Fitting the internet into our lives": IT courses for disadvantaged users. En T. Berker, M. Hartmann, y Y. Punie (Eds.), *Domestication of Media And Technology* (pp.125-144). Maidenhead, Reino Unido: Open University Press.
- Karnowski, V. (2012). Symbolic models of mobile phone appropriation: A content analysis of TV serials. En C. Martin y T. von Pape (Eds.), *Images in mobile communication new content, new uses, new perspectives* (pp. 167-188). Wiesbaden, Alemania: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93190-6>
- Lago Martínez, S., Álvarez, A., Gendler, M., y Méndez, A. (Eds.). (2018). *Acerca de la apropiación de tecnologías: Teoría, estudios y debates*. Rada Tilly, Argentina: Ediciones del Gato Gris/Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.
- Lago Martínez, S., Méndez, A., y Gendler, M. (2017). Teoría, debate y nuevas perspectivas sobre la apropiación de tecnologías digitales. En R. Cabello y A. López (Eds.), *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías* (pp. 75-86). Rada Tilly, Argentina: Ediciones del Gato Gris/Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.
- Licoppe, C. (2004). 'Connected' Presence: The Emergence of a New Repertoire for Managing Social Relationships in a Changing Communication Technoscape. *Environment and Planning D: Society and Space*, 22(1), 135-156. <https://doi.org/10.1068/d323t>
- Lim, S. S., y Soon, C. (2010). The influence of social and cultural factors on mothers' domestication of household ICTs – Experiences of Chinese and Korean women. *Telematics and Informatics*, 27(3), 205-216. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2009.07.001>
- Ling, R. (2012). *Taken for Grantedness: The Embedding of Mobile Communication into Society*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Magrassi, G. E., y Rocca, M. M. (1990). *La "historia de vida"*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Mascheroni, G., y Vincent, J. (2016). Perpetual contact as a communicative affordance: Opportunities, constraints, and emotions. *Mobile Media y Communication*, 4(3), 310-326. <https://doi.org/10.1177/2050157916639347>
- Matassi, M., Boczkowski, P. J., y Mitchelstein, E. (2019). Domesticating WhatsApp: Family, friends, work, and study in everyday communication. *New Media y Society*, 21(10), 2183-2200. <https://doi.org/10.1177/1461444819841890>
- Mieles Barrera, M. D., Tonon, G., y Alvarado Salgado, S. V. (2012). Investigación cualitativa: El análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, 74, 195-225.
- Morales, S. (2009). La apropiación de TIC: una perspectiva. En S. Morales y M. I. Loyola (Eds.), *Los jóvenes y las TIC: apropiación y uso en educación* (pp. 99-120). Córdoba, Argentina: Copy-Rápido.
- Morales, S. (2015). De qué hablamos cuando hablamos de apropiación tecno-mediática. En S. Morales y C. Rico de Sotelo (Eds.), *Industrias culturales, medios y público: De la recepción a la apropiación en los contextos socio-políticos contemporáneos* (pp. 191-205). Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- Morales, S. (2017). Imaginación y software: Aportes para la construcción del paradigma de la apropiación. En R. Cabello y A. López (Eds.), *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías* (pp. 39-52). Rada Tilly, Argentina: Ediciones del Gato Gris/Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Morley, D. (2009). *Medios, modernidad y tecnología: Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona, España: Gedisa.
- Oksman, V. (2010). *The mobile phone: A medium in itself*. Recuperado de <http://www.vtt.fi/inf/pdf/publications/2010/P737.pdf>
- Pérez, I. (2009). La domesticación de la "tele": Usos del televisor en la vida cotidiana. Mar del Plata (Argentina), 1960-1970. *Historia crítica*, 39, 84-105.
- Pinch, T. J., y Bijker, W. E. (2008). La construcción social de hechos y de artefactos: O acerca de cómo la sociología de la ciencia y la sociología de la tecnología pueden beneficiarse mutuamente. En H. Thomas y A. Buch (Eds.), *Actos, actores y artefactos: Sociología de la tecnología* (pp. 19-62). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Quandt, T., y von Pape, T. (2010). Living in the Mediatope: A Multimethod Study on the Evolution of Media Technologies in the Domestic Environment. *The Information Society*, 26(5), 330-345. <https://doi.org/10.1080/01972243.2010.511557>
- Sandoval, L. R. (2013). *Comunicación móvil: Apropiaciones y biografías*. Presentado en VI Encuentro Panamericano de Comunicación, Córdoba, Argentina. Recuperado de <http://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Escenarios%20digitales/-Unlicensed-EscenarioDigitales.Sandoval.pdf>
- Sandoval, L. R. (2016). La constitución de la telefonía móvil en Argentina: Marcos regulatorios, retórica publicitaria y domesticación. *Comunicación y Sociedad*, 25, 267-289.
- Sandoval, L. R. (2017). El sector de la telefonía móvil en Argentina: Regulaciones, actores empresarios y desarrollo de servicios. *Revista Eptic*, 19(3), 23-40.
- Sandoval, L. R. (2019). Proponiendo usos: La publicidad de operadores de telefonía móvil como aspecto del proceso de apropiación de tecnologías. *Icono14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 17(1), 133-161. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i1.1204>

- Sandoval, L. R., y Bianchi, M. P. (2017). Algunos usos (efectivos y potenciales) de la categoría de apropiación. En R. Cabello y A. López (Eds.), *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías* (pp. 61-74). Rada Tilly, Argentina: Ediciones del Gato Gris/Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías.
- Sandoval, L. R., y López, G. Á. (2018). Indicadores digitales de la Patagonia Austral. En M. P. Bianchi y L. R. Sandoval (Eds.), *Tecnologías interactivas de comunicación y vida cotidiana: Experiencias en la Patagonia Central* (pp. 17-35). Rada Tilly, Argentina: Ediciones del Gato Gris.
- Sautu, R. (Ed.). (1999). *El Método biográfico: La reconstrucción de la sociedad a partir del testimonio de los actores*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de Belgrano.
- Scheerder, A. J., van Deursen, A. J., y van Dijk, J. A. (2019). Internet use in the home: Digital inequality from a domestication perspective. *New Media y Society*, 21(10), 2099-2118. <https://doi.org/10.1177/1461444819844299>
- Schrock, A. R. (2015). Communicative affordances of mobile media: Portability, availability, locatability, and multi-mediality. *International Journal of Communication*, 9(1), 1229-1246.
- Sgammini, M. (2011). *Televisión y vida cotidiana: La domesticación del cable en Córdoba*. Villa María, Argentina: Eduvim.
- Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Silverstone, R. (2005). Domesticating domestication: Reflections on the life of a concept. En T. Berker, M. Hartmann, y Y. Punie (Eds.), *Domestication of Media And Technology* (pp. 229-248). Maidenhead, Reino Unido: Open University Press.
- Silverstone, R., Hirsch, E., y Morley, D. (1996). Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. En R. Silverstone y E. Hirsch (Eds.), *Los efectos de la nueva comunicación* (pp. 39-57). Barcelona, España: Bosch.
- Valles Martínez, M. S. (2014). *Entrevistas cualitativas*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Veblen, T. (1995). *Teoría de la clase ociosa*. México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Vuojärvi, H., Isomäki, H., y Hynes, D. (2010). Domestication of a laptop on a wireless university campus: A case study. *Australasian Journal of Educational Technology*, 26(2). <https://doi.org/10.14742/ajet.1094>
- Ward, K. (2005). The bald guy ate an orange: Domestication, work and home. En T. Berker, M. Hartmann, y Y. Punie (Eds.), *Domestication of Media And Technology* (pp. 145-164). Maidenhead, Reino Unido: Open University Press.
- Williams, R. (2011). *Televisión: Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Wimmer, R. D., y Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. Barcelona, España: Bosch.
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular: La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México, D.F., México: Universidad Autónoma Metropolitana/Siglo XXI.
- Yarto Wong, C. (2010). Limitaciones y alcances del enfoque de domesticación de la tecnología en el estudio del teléfono celular. *Comunicación y Sociedad*, 13, 173-200.

Contribución autorial

La concepción del trabajo científico contó con colaboración de Roxana Cabello y fue realizada por Luis Ricardo Sandoval, quien también se ocupó de la realización de las entrevistas, la interpretación, el análisis de los datos y la redacción inicial. La revisión y redacción final fue realizada por ambos autores, quienes revisaron y aprobaron el contenido final.