

El consumo cultural y tecnológico en el cuidado, bienestar subjetivo y emociones de personas mayores

DANIELA MABEL GLOSS NUÑEZ

INTRODUCCIÓN

Este capítulo tiene como objetivo, a través de un análisis cualitativo, realizar una caracterización general de las prácticas, los espacios (físicos y virtuales) y los rituales de interacción comunicativa y consumo cultural, en particular enfocada en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y su papel en el cuidado, las emociones y el bienestar subjetivo de las personas mayores que formaron parte de la investigación: “Subjetividades y emociones en los procesos de colectivización del cuidado en la vejez y bienestar social: un estudio comparado México-España-Uruguay”.

Los resultados de este análisis arrojan pistas sobre 1) las potencialidades de la colectivización del consumo cultural; 2) los posibles caminos a seguir para trabajar estrategias integrales de acceso a las TIC; y 3) los retos para la alfabetización digital en favor del cuidado y el bienestar de las personas mayores, su comunicación interpersonal, su derecho a la educación y el acceso a la información.

Las posibilidades de uso de las personas mayores a las TIC va en aumento generalizado frente a su creciente disponibilidad económica, en especial a través de los teléfonos celulares. No obstante, aquello que no está delineado con suficiente claridad es el lugar que las TIC, el consumo cultural, el acceso a la información y las interacciones comunicativas ocupan en el cuidado, las emociones y el bienestar subjetivo de las personas mayores. El análisis en este capítulo pretende responder a dicha interrogante, sustentado en la pregunta de

investigación que articula el eje de investigación “Medios de comunicación y redes sociales” del citado estudio.

De esta forma, la pregunta de investigación que se pretende responder es: ¿cuál es el papel de las TIC y las prácticas de consumo cultural en el cuidado, las emociones y el bienestar subjetivo de las personas mayores? La hipótesis de trabajo consistió en que las TIC y las prácticas de consumo cultural habilitan una diversidad de opciones de comunicación interpersonal y acceso a la información de las personas mayores que, a su vez, son fuente de emociones positivas, autosatisfacción y alternativas de cuidado, además de que facilitan y enriquecen su consumo cultural y sus interacciones cotidianas.

Los principales estudios identificados al respecto de este tema se concentran en el área de educación y tecnologías digitales, así como de estudios socioculturales enfocados en el consumo cultural, formulados desde diversos países de América Latina, como Argentina, Chile, México y Ecuador y, en el caso de Europa, destaca España.

Como referencias principales de los trabajos elaborados hasta el momento, se identificaron cuatro líneas temáticas de análisis que se intersectan. Las primeras tres están enfocadas en la alfabetización mediática y digital de las personas mayores: la primera consiste en la investigación aplicada para generar propuestas educativas para la capacitación de personas mayores en las TIC desde un enfoque sociocultural (Boarni et al., 2006; Frávega y Carnino, 2007); la segunda está integrada por estudios descriptivos y / o comparativos del nivel de adaptación a las TIC y su evolución, de uno o más grupos poblacionales, incluidos jóvenes y adultos mayores (Barroso Osuna y Aguilar Gavira, 2014; Navarro et al., 2012; Román-García et al., 2016); la tercera línea de investigación radica en los estudios sobre la caracterización de la brecha etaria, o generacional, en el desarrollo de las competencias mediáticas en personas mayores (Hernando y Phillippi, 2013); y la cuarta línea incluye los diversos estudios y análisis críticos sobre consumo cultural (García Canclini, 1992, 1995; González Esparza, 2015), así como estudios emergentes de consumos culturales y tecnológicos de personas mayores (Frávega et al., 2017).

En los siguientes apartados, se ahondará acerca de la perspectiva teórica y metodológica, para después proceder a una contextualización

general de las condiciones de acceso y uso de las TIC en los distintos contextos de estudio. Enseguida, se presentan y analizan los resultados centrales de este eje de investigación y, por último, se procede a un cierre conclusivo que subraye interrogantes, cuestionamientos críticos e identifique desafíos derivados de este análisis.

Palabras clave: comunicación, consumo cultural, alfabetización digital, colectivización del cuidado, personas mayores.

PERSPECTIVA TEÓRICA: LAS TIC EN CLAVE DE CONSUMO CULTURAL

El marco conceptual de este análisis se sustenta en los estudios de comunicación y cultura. Retomo las elaboraciones de García Canclini (1992; 1995) sobre consumo cultural, así como las discusiones sobre alfabetización mediática y digital (Castells, 2000, 2005; Martín Barbero, 2004), mismas que, entre otros factores socioculturales, determinan el acceso, las interacciones comunicativas y los consumos culturales, en este caso, de las personas mayores.

Desde la perspectiva de García Canclini, el consumo cultural es: “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a una dimensión simbólica” (1992, p.6). Para abordarlo como concepto desde una perspectiva integral, es importante considerar distintos modelos y líneas. El primero, tiene que ver con el consumo como lugar de reproducción y expansión del capital y la fuerza de trabajo. El segundo, observa este último como espacio de competencia por la apropiación de un producto social, el cual se genera entre distintas clases y grupos sociales.

García Canclini subraya un tercero, que tiene que ver con el consumo como espacio de “diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos” (1992, p.4), confrontado a su vez con el cuarto modelo, relacionado con una faceta contraria del consumo: “como sistema de integración y comunicación” (1992, p.4) entre distintos grupos sociales, a través de la puesta en común de prácticas de consumo y

TABLA 9.1 MATRIZ TEÓRICO-ANALÍTICA

Concepto	Categorías	Observables
Consumo cultural	Prácticas y rituales de consumo cultural	Acceso a la información
		Acceso a las tecnologías de la comunicación e información
		Consumo de entretenimiento
		Consumo de productos informativos
		Actividades artísticas, recreativas y espirituales
Prácticas de comunicación interpersonal	Interacciones comunicativas	Espacios físicos de convivencia y comunicación
		Espacios virtuales de convivencia y comunicación
		Medios de comunicación interpersonal

productos culturales. El quinto modelo se relaciona con el consumo como espacio de objetivación de los deseos, es decir, que no solo funge como satisfactor de las necesidades, sino que cuenta con un sentido emocional, social y simbólico. De este quinto modelo deriva un sexto, que tiene que ver con el consumo como proceso ritual, abordado de manera central en esta investigación, para lo cual recorro a las conceptualizaciones elaboradas por Douglas e Isherwood (1990), desde la antropología del consumo. Así, en este trabajo se entenderá el consumo, en específico el cultural, como espacio de distinción simbólica entre grupos, sistema de integración y comunicación y satisfactor de los deseos, de acuerdo con tres de los modelos identificados por Canclini (1992).

Asimismo, se incluye la alfabetización mediática y digital como conceptos que designan la diversidad posible de procesos de enseñanza y aprendizaje formal e informal, promovidos desde distintos ámbitos sociales y actores, para un uso crítico, informado, así como con destreza técnica sobre distintas TIC que forman parte de la vida cotidiana. Este concepto es utilizado mayormente en los campos relacionados con educación digital y comunicativa. En la tabla 9.1 se ordenan los conceptos descritos, así como las categorías y los observables que les corresponden y que orientaron el análisis de la información.

Vale la pena aclarar las perspectivas desde las que se aborda el bienestar subjetivo y el cuidado, acerca de las prácticas de consumo cultural y comunicación interpersonal de las personas mayores. Se entiende por bienestar subjetivo la valoración que los sujetos hacen de su calidad de vida desde la experiencia individual, así como sus percepciones de la realidad y los niveles de satisfacción que experimentan (Jocik-Hung et al., 2017, p.308). Esta valoración depende de factores internos y externos, en donde las experiencias subjetivas, así como el contexto social, constituyen dos ejes centrales (Jocik-Hung et al., 2017).

En cuanto al cuidado, se percibe desde una perspectiva multidimensional, que no solo refiere cuestiones de atención a la salud, sino a un conjunto de prácticas que atienden necesidades físicas, emocionales y de relación entre seres humanos (Tronto, 2009). Desde este enfoque, el cuidado aborda múltiples dimensiones, ya sean económica, psicológica, cultural, social o política. Es relevante destacar la dimensión emocional del cuidado, así como a los actores involucrados en estos procesos: quien lo recibe y quien lo proporciona (Flores-Castillo, 2012).

El análisis expuesto se sustenta en dos categorías principales: la de consumo cultural, que contempla el acceso a la información y las TIC, el consumo de entretenimiento y el consumo de productos de entretenimiento y productos informativos; y las prácticas de comunicación interpersonal, que considera como subcategorías los espacios físicos y virtuales de convivencia, así como el uso de medios y tecnologías para la comunicación interpersonal. Ambas categorías abarcan tanto el consumo cultural como las prácticas de comunicación interpersonal en diversas dimensiones socioespaciales en que se desarrollan y / o relacionan las personas mayores que participaron en esta investigación: familia, amistades, comunidad, gobierno y asociaciones civiles.

PRECISIONES METODOLÓGICAS: EL CONSUMO CULTURAL Y TECNOLÓGICO DESDE LAS NARRATIVAS DE LOS SUJETOS

Como se mencionó, los resultados en este capítulo corresponden a una investigación más amplia que abarcó diversos escenarios en tres

distintos países: México, España y Uruguay. En el caso de México, participaron personas mayores del conjunto residencial privado “70 y más” (CRP-MX); el Centro de día DIF Bugambilias (CDDIFB-MX); una organización de la sociedad civil con predominio de población adulta mayor (OSCPAM-MX); una comunidad residencial autoorganizada de adultos mayores (OSC-MX); y otra comunidad residencial en las afueras de la ciudad de Guadalajara, Jalisco, cuyos fundadores ahora son personas mayores (OSC3-MX).

En el caso de España, se trabajó con la organización cooperativa Trabajadores en Solidaridad (Trabensol-ES), un complejo habitacional de vivienda colectiva entre sus miembros. Finalmente, en Uruguay se colaboró con personas mayores de tres centros diurnos (CDP1-UY, CDP2-UY, CDP3-UY); la organización para la atención de adultos mayores (OSC1-UY); la organización de adultos mayores de apoyo artístico y gerontológico (OSC2-UY); y la organización de apoyo en cuidados (OSC3-UY), así como dos residenciales privados (RP1-UY y RP2-UY).

Para la realización de este análisis de carácter cualitativo, se tomaron en cuenta solo las entrevistas realizadas a 88 adultos mayores de los tres contextos. Se llevó a cabo una categorización con ayuda del *software* científico Altas TI, para después sistematizar y ordenar la información, cuya lectura fue de forma temática. El foco del análisis y lectura de los datos consistió en dar mayor importancia a la narrativa de los sujetos con respecto a procesos, rituales y prácticas de consumo cultural y tecnológico que inciden en el cuidado, las emociones y el bienestar subjetivo de las personas mayores. Fue de suma importancia leer los datos relevantes para este análisis en contexto, sin despegarlos de las realidades y condiciones subjetivas, así como las complejas tramas de interacciones en que se encuentran inmersos los sujetos.

REALIDADES EN EL ACCESO A LAS TIC Y ALFABETIZACIÓN DIGITAL DE LAS PERSONAS MAYORES

Aquello que las ideas y las construcciones de la sociedad de la información y, más adelante, la sociedad del conocimiento (Bindé, 2005; Mattelart, 2002) prometían para diversos autores y representantes de organizaciones mundiales, está ahora interpelado no solo por la

brecha digital que sigue latente por razones económicas, educativas y geográficas, sino ante la brecha digital que responde a razones etarias o generacionales. En este contexto, el desarrollo de los dispositivos, las aplicaciones y las interfaces se encuentra en un frenesí de renovación constante, que forma parte de una carrera de innovación enfocada hacia la mercantilización, para mantener la atención y lealtad de los consumidores, en donde, el estar al último grito de la tecnología promete mayor valor simbólico que el propio uso que se le proporciona a los dispositivos. No obstante, las TIC han habilitado un amplio abanico de posibilidades para las interacciones sociales, que se vuelven vitales en la vida de aquellos que tienen el acceso y las destrezas para manejarlas.

Es importante resaltar la brecha digital y su dimensión generacional o etaria, ya que de esta han derivado procesos de exclusión de las personas mayores, en múltiples dimensiones de la vida social contemporánea: desde el acceso a trámites y servicios, el ejercicio de la profesión, la comunicación y las interacciones interpersonales, hasta la participación ciudadana y el acceso a la información. En este sentido, la brecha digital tiene importantes implicaciones de responsabilidad social, puesto que interesa incluir a todos los grupos sociales, así como garantizar sus derechos¹ y su acceso a diversos servicios públicos y privados.

Es posible observar que una parte importante de las personas mayores alrededor del mundo, según diversos estudios (Hernando y Phillippi, 2013) —en especial en los tres casos analizados en esta investigación— ha sido rezagada en los procesos de acceso y alfabetización mediática y digital. Lo anterior se identifica como un factor que responde a dos aspectos: 1) la falta de políticas públicas que habiliten e instauren procesos de alfabetización mediática y digital de forma continua e integral para las personas mayores; y 2) el escaso interés

1. En el caso de América Latina, la Carta de San José, formulada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), expresa la importancia de que los adultos mayores gocen de su derecho a la educación, que involucra procesos de aprendizaje permanente, como el uso y la accesibilidad a las TIC.

que hasta la actualidad ha mostrado el sector privado frente al desarrollo de tecnologías, dispositivos, interfaces y aplicaciones amigables para estos. En el caso de Uruguay, algunas personas mayores cuentan con dispositivos de cómodo manejo —con respecto a sus padecimientos físicos y degenerativos propios de la edad—, por ejemplo, celulares con botones grandes frente a la pérdida de visión. En México, las personas de nivel socioeconómico más alto hacen referencia a aplicaciones de celular que los ayudan a compensar el deterioro de sus capacidades físicas. La pista que este dato nos arroja es la escasa —pero selectiva— producción y puesta a disposición, física y adquisitiva, de dichos celulares y las aplicaciones a adultos mayores o a sus familiares.

El sector empresarial dedicado al desarrollo de las TIC requiere capital económico y rápida capacidad de adaptación a los nuevos dispositivos de sus consumidores. Vale la pena aclarar que para la rápida adaptación es necesario cierto nivel de naturalización e interiorización de las funciones básicas de los dispositivos: iconografía, *slang*, así como lógicas de operación, que tiene un especial condicionante etario. Las generaciones más jóvenes han experimentado una adaptación gradual a dichas tecnologías, a medida que se hacen más accesibles, por lo que hoy resultan esenciales para sus interacciones en diversos ámbitos de su cotidianidad. Este proceso es denominado como “aprendizaje por inmersión” (Hernando y Phillippi, 2013), frente al cual las generaciones actuales de adultos mayores deben buscar otras alternativas de alfabetización digital, que involucren tres tipos de accesibilidad que se entrelazan: 1) accesibilidad física a los dispositivos; 2) accesibilidad económica; y 3) accesibilidad psicológica, es decir, una familiarización con los dispositivos y tecnologías a través de su integración a la vida cotidiana (Hernando y Phillippi, 2013, p.15).

En todos los casos explorados, se observa que, como un fenómeno mundial generalizado, el acceso a las TIC, en específico a la Internet, va en aumento constante. No obstante, valdría la pena problematizar que no por fuerza implica una adecuada alfabetización digital, es decir, un consumo crítico y consciente de los medios, así como preparado técnicamente para aprovechar la mayoría de las herramientas que las tecnologías ofrecen; de esta forma, la brecha digital, a la vez etaria,

de género, económica y geográfica, implica también una brecha de alfabetización.

Como se señaló, es importante considerar que la dimensión etaria de esta brecha no solo responde a las diferencias generacionales, sino a la orientación del mercado y el público, factores que han tenido efectos sobre las relaciones intergeneracionales en las sociedades actuales a nivel global, pero en específico en países occidentales y occidentalizados (Guerrero, 2004; Martín Barbero, 2004).

Planteadas estas consideraciones, se realizará un breve recuento de datos para contextualizar las condiciones de acceso y uso de la Internet y las tecnologías digitales en los tres países analizados: México, España y Uruguay, la cual se estructura en torno a tres ejes principales, que se detallan a continuación: 1) acceso a la Internet; 2) telefonía móvil, computadoras y tabletas; y 3) actividades principales en el uso de las tecnologías digitales.

Acceso de las personas mayores a internet y las tic

Aquí se discutirán los datos más relevantes del acceso a la Internet, en particular de las personas mayores de cada país. Se identifican diferencias de acceso con respecto a la edad, el género, la ubicación geográfica, el nivel de ingresos y la escolaridad, factores que integran la brecha digital.

En el caso de México, para 2017 se contabilizaron 71.3 millones de usuarios de la Internet, es decir, el 63.9% de la población mayor a seis años. El grupo más grande de usuarios es el de los hombres de 18 a 34 años de edad, que representan un 84.9% más (Inegi, 2017, p.1); mientras que el grupo de menor uso son mujeres de 55 años y más, con un 31.1% del total de la población en este rango de edad (Inegi, 2017, p.6). Aunque el desbalance en el acceso sigue siendo evidente, la brecha digital etaria en México se ha estrechado en forma gradual. Los usuarios de la Internet de 55 años o más han aumentado de un 5.2% de la población en 2015, a un 8.1% en 2018 (Inegi, 2018). Un 14.6% de personas de 55 años o más son usuarios de telefonía móvil, frente al grupo de mayor porcentaje, adultos de 25 a 34 años, con un 19.8%. Respecto a los adultos de 55 años o más usuarios de computadora en México,

el porcentaje es de 6.6%, frente al grupo con mayores usuarios, de 12 a 17 años, con un 20% (Inegi, 2018).

En España, en 2018, el 86.1% de la población de 16 a 74 años había utilizado la Internet en los últimos tres meses (INE, 2018, p.2). El porcentaje más bajo corresponde al grupo de edad de 65 a 74 años. Como en el caso de México, en el país ibérico se presenta una brecha de género en el uso de la Internet en la población de 65 a 74 años, con un 51.2% de los hombres y un 47.1% de las mujeres (INE, 2018, p.2). En cuanto a los usuarios de telefonía móvil, un 89.5% de las personas mayores han utilizado el teléfono móvil en los últimos tres meses, cifra que se encuentra a 10 puntos porcentuales del grupo etario con mayor consumo, con 99.4% (INE, 2018).

En Uruguay, la diferencia porcentual entre usuarios de la Internet de 65 años y más (40%) y el grupo más grande, el de jóvenes entre 14 y 19 años, es de 57.2 puntos porcentuales (97%) (INE-AGESIC, 2016, p.37). En 2013, la relación de uso del celular entre jóvenes de 20 a 34 años, y las personas de 65 años o más (8% de usuarios), era casi de seis a uno, mientras que, en 2016, pasó a ser de dos a uno (45% de usuarios) (INE-AGESIC, 2016, p.30). En cuanto al uso de la computadora en el contexto uruguayo, el grupo etario con menor uso son las personas de 65 años o más, con un 26% de usuarios (INE-AGESIC, 2016, p.33). Por otro lado, la cifra para uso de tabletas digitales en población de 65 años o más no dista de los demás grupos etarios, con un 19% de usuarios, mientras que el porcentaje más alto se encuentra de los 14 a los 19 y de los 20 a los 34, con un 31% (INE-AGESIC, 2016, p.35).

En los tres países, se observa un crecimiento significativo de usuarios adultos mayores de la Internet. Uruguay, en especial, presenta un aumento más acelerado, mientras que en México es gradual. Un aspecto común que llama la atención es la brecha de género en el acceso y uso de la Internet, que se ve únicamente en la población adulta mayor. Otro factor común es la diferencia en el acceso a la Internet entre las zonas conurbadas y las rurales, como sucede en los casos de México y Uruguay. En específico, en Uruguay se observan diferencias de acceso con respecto al nivel educativo.

De acuerdo con estos datos, en los tres casos, las personas mayores muestran mayor apertura al uso del teléfono celular, al contrario de la

computadora y las tabletas. Aprender a utilizar un celular puede resultar más sencillo, por su mayor accesibilidad económica y similitud al teléfono fijo, pues en las estadísticas no se observa gran diferencia en la distribución de usuarios entre sectores socioeconómicos.

Las actividades a través de las TIC, en los tres contextos de estudio, podrían agruparse en cuatro rubros: 1) comunicaciones interpersonales y redes sociales; 2) entretenimiento; 3) búsqueda de productos informativos; y 4) acceso a bienes y servicios (INE, 2019; INE-AGESIC, 2016; Inegi, 2018). En el siguiente apartado, la mirada se enfocará sobre todo en el consumo cultural de las personas mayores de los tres países que participaron en esta investigación.

PRÁCTICAS Y RITUALES DE CONSUMO CULTURAL EN PERSONAS MAYORES

Desde una perspectiva antropológica, este apartado se enfoca en describir y analizar las prácticas y los rituales de consumo cultural y su relación con el cuidado, las emociones y el bienestar subjetivo de las personas mayores que formaron parte del presente estudio.

De acuerdo con García Canclini (1992), las sociedades demandan cierta estabilidad en los procesos de consumo cultural, comunicación y procesos de producción y reproducción de significados; los rituales garantizan esta continuidad y certidumbre sobre las prácticas y los significados del día a día de las personas, que a la vez regulan la vida social. Los rituales que cuentan con mayor eficacia son aquellos que utilizan objetos materiales para reforzar los sentidos y las prácticas que los perpetúan (Douglas e Isherwood, 1990; García Canclini, 1992). En este sentido, los bienes como las TIC y los dispositivos digitales fungen como “accesorios rituales”, y el consumo como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos” (Douglas e Isherwood, 1990, p.80). En los tres contextos, se observó que los rituales en las TIC contribuyen a garantizar orden y seguridad en el día a día de las personas mayores, por lo que son fuente de bienestar, tranquilidad y certeza.

Es necesario diferenciar el consumo cultural de las interacciones comunicativas interpersonales, que pueden ser simultáneas, pero, a

la vez, pertenecen a distintos órdenes de acuerdo con las condiciones de sociabilidad e interlocución bajo las cuales se pueden generar; por lo tanto, en este capítulo, a cada aspecto se le dedicará un apartado. Dentro de las prácticas de consumo cultural, también se consideraron las actividades artísticas y de consumo literario.

Aunque el celular es el dispositivo digital más utilizado por las personas mayores, su uso, en los casos de estudio analizados, está casi dedicado a las comunicaciones interpersonales, mientras que la televisión y la radio son los dos principales medios de acceso al entretenimiento y los productos informativos. En tercer lugar, se posicionan los libros como fuente de entretenimiento, pensamiento creativo e información de interés para las personas mayores. La caracterización de las prácticas y los usos sociales del consumo cultural de las personas mayores mediante estos dispositivos se realizará en el siguiente apartado. Enseguida, se dedicará un espacio al análisis de las actividades artísticas, espirituales y recreativas que desempeñan, consideradas como prácticas de consumo, producción y reproducción cultural.

La televisión, la radio y los libros

Son dispositivos que acompañan a las personas mayores en sus rutinas cotidianas, por lo que cobran un papel de importancia. El consumo de información a través de estos cumple la función de satisfacer las necesidades de información de las personas mayores, que en la mayoría de los casos se considera parte de mantenerse en actividad, además de que brindan un sentido de involucramiento social.

La actividad de mirar la televisión se realiza, entre los adultos mayores de los tres contextos de estudio, en casi todos los casos de forma individual o en pareja. Existen espacios en donde las noches o las tardes de cine forman parte de un calendario grupal, como es el caso de Trabensol-ES y de CDDIFB-MX. En México, algunas personas mayores mencionaron su consumo televisivo a través de la aplicación Netflix, mientras que las personas de España y Uruguay señalaron programas locales y películas de la programación de televisión por cable. Los productos comunicativos que las personas mayores mencionaron consumir con mayor frecuencia fueron noticieros o programas

informativos, programas de debate, crítica política, historia, deporte, telenovelas, series y películas de comedia. En una cantidad considerable de los casos, mirar la televisión complementa los desayunos, los almuerzos, las meriendas o las cenas de las personas mayores, ya sea durante o después del momento en que se está comiendo. La televisión acompaña a las personas mayores en sus recámaras y estudios, en especial a la hora de la siesta, a media tarde y antes de dormir; algunos la miran para conciliar el sueño, como es el caso de Hanna:

MRG: ¿A qué hora se anda durmiendo, que se quede ya bien dormida?

H: Uh, me duermo... depende de lo que encuentre en la televisión, pero, a veces, son las once de la noche.

MRG: ¿Y sigue despierta?

H: Mirando televisión y a veces a las doce, porque ya tengo los programas y la hora en que lo transmiten (Hanna, 87 años, RP1-UY).

Como se observa en el caso de Hanna, los tiempos y los espacios de algunas personas mayores entrevistadas se estructuran alrededor de sus prácticas de consumo televisivo, el cual ayuda a organizar y marcar las pautas de su rutina diaria. Por otro lado, es relevante cómo la presencia de la televisión, en uno u otro espacio, así como la configuración general del mismo, puede influir en la preferencia de las personas mayores entrevistadas hacia los espacios con televisión sobre otros, o en la construcción de una percepción de mayor comodidad en estos sitios, que contribuye a la percepción positiva de su bienestar subjetivo. Asimismo, ver la televisión se asocia con sensaciones de tranquilidad, momentos de despeje, diversión y relajación.

Las personas mayores pertenecientes a los tres contextos de estudio no asociaron la actividad de mirar la televisión como un momento en que se sientan acompañados; más bien, como una actividad individual. En este sentido, el consumo colectivo de productos comunicativos no tiene que implicar un acompañamiento emocional o una interacción entre los participantes, a menos que, como en el caso de los cineclubs, o las noches de cine en las residencias de México y España, haya una dinámica explícita de interacción; por lo que, aun con acceso a los

dispositivos y las tecnologías de comunicación, las personas mayores pueden experimentar soledad:

Lo único principal que me falta es el cariño y la atención, yo tengo todo, mi hija me tiene todo: televisión, radio, todo tengo, pero lo principal es la atención, ¿dime si no es? (Paula, 86 años, CDDIFB-MX).

La radio fue el segundo medio más mencionado por las personas mayores en este estudio, en particular en México y Uruguay. En México, la consumen sobre todo aquellas personas mayores que pertenecen a estratos socioeconómicos medios y medios bajos; en Uruguay, se menciona de forma generalizada en las personas que habitan en residencias. Son las mujeres mayores quienes principalmente escuchan la radio, y su función es acompañar y animar las actividades cotidianas que realizan, como la limpieza, cocinar, trabajar en la computadora y durante el baño diario. Aquello que las entrevistadas consumen más a menudo es la música: en el caso de México, destaca la música ranchera y la banda; en Uruguay se menciona una preferencia por los programas musicales con intervalos informativos. Por otra parte, la presencia continua de la radio es indicativa de la actividad rutinaria de las personas mayores, mediante la cual otras personas, como vecinos, cuidadores o familiares, pueden asumir que la persona se encuentra activa o no; de esta forma, el consumo de la radio en algunos mayores contribuye de manera indirecta a la atención y el cuidado por parte de quienes los rodean:

J: Cuando no me ven y: “ay, no he visto a Juana”, le dicen a mi hija, porque ella vive arriba, yo vivo abajo: “ahí está”, “ah, sí está”; yo encierro, pero con la música [risa]

MZL: Y ya cuando escuchan la música [dicen]: “ahí anda” [risa]

J: En eso me notan, en la música, ey.

MZL: La han de extrañar cuando no está, porque les alegra con la música (Juana, 80 años, CDDIFB-MX).

La lectura fue la tercera de las prácticas de consumo cultural más mencionadas por las personas mayores, a la cual asocian con diversos

aspectos abstractos y relacionados con la emocionalidad y el autocuidado, como la creatividad, la tranquilidad, la relajación, una experiencia estética, el conocimiento o la intelectualidad. Esta práctica permite el acceso a un paréntesis, así como un espacio de relajación y autoconciencia:

O sea, yo hago un paréntesis en tantas emociones: que si el banco, que si el préstamo, que si compro carro, que si me voy, que si me quedo. Ya empecé a empacar, pero busco mis espacios, agarro mi libro, agarro una mochilita de manta, una bolsita, camino media hora, y luego me voy a leer al café: me tomo un café chiquito, porque soy, eso sí, no perdono el café, aunque sea una vez al día, mínimo, y ya de ahí, este... me calmo y ya (Lorenza, 63 años, CDDIFB-MX).

En otros casos, la literatura tiene como función dar sentido y significado a situaciones y etapas de vida, como puede ser la vejez; de esta forma, para quienes la practican, contribuye a acrecentar la sensación de plenitud y bienestar subjetivo:

[...] que ya estoy en ella, en la vejez, no lo voy a negar. Me acuerdo de un poema, me parece que era de Lope de Vega, no lo sé reproducir en verso, pero venía de decir: “vejez, bendita vejez, a la que todos deseamos llegar, pero nunca reconocemos que hemos llegao ya”. ¿Verdad? Eso era una poesía muy bien dicha, que no vas, pero la idea era esa, bueno, pues, ya murieron (Lucas, 84 años, Trabensol-ES).

Aunque la lectura, en la mayoría de los casos, fue descrita como una actividad individual, en el caso de Trabensol-ES se ha hecho colectiva, en la que se aprovechan las destrezas y los conocimientos de una de sus integrantes:

Sí, a veces hacemos... siempre que se hacen actividades me piden... me piden que lea textos y que le... A veces me han pedido que les dé conferencias; por ejemplo, a mí me gusta mucho San Juan de la Cruz, y que les dé conferencias sobre San Juan de la Cruz, que les lea sus texto, y hay gente que me ha dicho cosas muy bonitas; o sea, por

ejemplo, me ha dicho que ellos se ponen a leerlo y no lo comprenden, y no lo entienden y no... y no conectan, pero que, cuando se los digo yo, les llega, y, entonces, pues ponemos eso, a unas personas que son grandes poetas de la lengua castellana y que les llegue a gente del siglo XXI. Hombre, a mí me hace ilusión, porque es la cosa que me gusta, ¿no? (Hilda, 65 años, Trabensol-ES).

En este sentido, la lectura también se posiciona como una actividad de consumo cultural, enseñanza y aprendizaje colectivos en este grupo de personas mayores. Los espacios colectivos de enseñanza y aprendizaje proporcionan a sus participantes sensaciones de satisfacción personal y utilidad, así como la posibilidad de poner en común ideas y sentires entre las personas mayores. Esto demuestra la potencialidad de los espacios de vivienda colectiva gestionados por las propias personas mayores, dado que, a diferencia de Trabensol-ES, las personas mayores que habitan en residenciales privados en Uruguay, así como el caso del residencial privado en México, realizan actividades que forman parte de un programa, y que son por lo general impartidas por especialistas externos.

Por otro lado, existen proyectos, como en el caso de la OSC2-MX, donde la lectura se posiciona como una forma de estrechar lazos con la comunidad en la que este grupo de personas mayores habita, a través del proyecto de una biblioteca comunitaria, en donde se planea, además brindar talleres desde las áreas de conocimiento de las personas mayores, que los habitantes de la comunidad puedan aplicar en su cotidianidad y, a la vez, transmitir a más personas. Es así como la participación comunitaria es fuente de emociones y sentimientos asociados a la autosatisfacción, el establecimiento de vínculos afectivos con miembros de la comunidad, así como de un sentido de colaboración y aporte social.

Por último, la tableta electrónica se identifica como un dispositivo emergente en la consulta de información por la Internet, en especial en el caso de Uruguay, donde, como parte de un programa gubernamental, se obsequiaron a personas mayores:

MMS: Oye, ¿y escuchas el radio?

D: Eh, ahora con la tablet [risa] ya estoy como el chico de dos años; ahora también con la tablet me informo y mandamos contacto (Dora, 71 años CDP2-UY).

En este contexto, la tableta se posiciona como un nuevo dispositivo de aprendizaje y experimentación para las personas mayores que cuentan con ella.

Por medio de este breve recuento, de las prácticas y rituales de consumo cultural de las personas mayores en los tres contextos estudiados, es posible concluir que la televisión es la tecnología que cuenta con más arraigo en sus rutinas y rituales cotidianos. El consumo cultural a través de la televisión y los libros se asocia con espacios y sentimientos de tranquilidad, entretenimiento, diversión y relajación, mientras que la radio se coloca como animadora y acompañante de las actividades cotidianas, sobre todo de las mujeres mayores. La colectivización de los consumos culturales, como en el caso de Trabensol-ES, habilita espacios autónomos y autogestivos de participación, comunicación y aprendizaje de las personas mayores para las personas mayores; cosa que no se observa en la mayoría de las agendas mediáticas.

Actividades artísticas, recreativas y espirituales

Las actividades artísticas, espirituales y recreativas en los contextos analizados fungen como espacios centrales de consumo y producción cultural colectivos. En este sentido, tienen una función de encuentro social, así como generadoras de emociones placenteras, de autosatisfacción y bienestar en las personas mayores que las practican.

Casi la totalidad de los programas y los espacios para personas mayores que abarca esta investigación cuenta con este tipo de actividades, y algunas de las personas mayores entrevistadas las practican de forma independiente. Destacan la danza, el canto, la apreciación musical, los juegos de mesa, como dominó y ajedrez, el cineclub, la caminata, la equitación, las clases de yoga, el taichí, el chi-kung, la meditación, además de una gran diversidad de talleres impartidos por especialistas, algunos de ellos voluntarios.

Se identifican eventos artísticos y culturales gestionados de forma independiente, que funcionan como espacios de reunión de personas mayores, e incluso se han vuelto icónicos o tradicionales para las ciudades donde se llevan a cabo. Un ejemplo de esto es el caso de Guadalajara, Jalisco, en donde grupos de personas mayores se reúnen a bailar danzón los fines de semana en algunas plazas de la ciudad:

J: Pues sí, la sigo aprovechando verdad, ey, sí me voy al danzón ahí en Tolsá, que hay los domingos de cinco y media a diez de la noche. Hay clases ahí, yo aproveché, verdad, ey, y se admiran, dice: “A tu edad y...”; pues mientras Dios me dé licencia (Juana, 80 años, CDDIFB-MX).

En este tipo de espacios, las personas mayores con conocimientos artísticos pueden compartirlos con otras personas mayores de su comunidad, o de otras generaciones:

E: Y ahora me dedico a bailar: soy coordinadora de un grupo de adultos mayores ahí de mí... de mi comunidad, de mi colonia, y pues ahora en eso me la paso nada más (Enriqueta, 66 años, CDDIFB-MX).

Una modalidad de aprendizaje y consumo cultural colectivos es la que se presenta en Trabensol-ES, puesto que, al ser una cooperativa autogestiva de personas mayores, hay mayor apertura para proponer y llevar a cabo sus propios proyectos y aprovechar los diversos conocimientos de los integrantes, ya sea por iniciativa propia o a pedido de los demás:

Pensé que había un nivel de cultura musical bastante bajo, pero que a la vez había un deseo de conocer. Yo me puse a disposición de aquí y organicé lo que llamamos audiciones de música clásica, eh (Lucas, 84 años, Trabensol-ES).

Frente a sus condiciones de mayor autonomía económica y formación profesional, artística y en oficios, los integrantes de Trabensol-ES

tienen más libertad para proponer y llevar a cabo actividades según sus preferencias.

Otra dinámica que resulta de interés es la del CRP-MX, donde varios de los talleres que se ofrecen en la residencia están abiertos para las personas mayores de la comunidad. En este sentido, los residentes conviven con personas mayores fuera del residencial, lo que diversifica la posibilidad de vincularse con personas distintas a aquellas con quien se convive de manera cotidiana.

Algo que destacan tanto las personas mayores de la OSC2-MX, como del CDP2-UY, es la importancia de convivir con otras generaciones, la satisfacción y los vínculos que estas dinámicas generan o fortalecen. Esta convivencia intergeneracional, de acuerdo con las situaciones referidas por personas de ambos casos, se presenta a través de actividades artísticas y / o lúdicas:

RER: Sí y, por ejemplo, la otra vez que venimos, fue muy bonita la experiencia de que ellos contaban cuentos.

E: Así es, narrativa.

RER: Narrativas, y luego ustedes contaban narrativas.

E: Claro, sí, sí.

RER: Y luego ellos cantaban, luego ustedes cantaban, fue muy bonito.

E: Sí, sí, nos integramos todos, tanto los jóvenes como los mayores (Enonaa, 75 años, CDP2-UY).

Como prácticas de consumo cultural, las actividades artísticas, lúdicas y los productos comunicativos pueden fungir como puentes para la integración y comunicación entre grupos poblacionales y generacionales distintos; tienen la potencialidad de producir dinámicas alternativas de cuidado y acompañamiento social.

Por otra parte, la espiritualidad cobra un papel importante en esta etapa de la vida y la colectivización de distintos sentires y emociones. En el caso de México, la iglesia constituye un espacio de encuentro, convivencia y cuidado para, principalmente, las mujeres mayores entrevistadas, en especial aquellas pertenecientes a clases medias-bajas. Por otra parte, en el CRP-MX la espiritualidad y el autocuidado

se mantienen latentes de forma grupal a través de actividades que involucran taichí, yoga y meditación, aunque no todos los residentes las comparten, ya que son de participación voluntaria.

En el caso de Trabensol-ES, la sala de meditación funge como un espacio holístico de ejercicio de la espiritualidad, así como de punto de encuentro, cuidado y acompañamiento entre sus integrantes:

H: Es un grupo muy reducido, la suave meditación, la sala de meditación, donde nos reunimos tres días en semana, los que podemos y nos interesa, a meditar, donde se hacen eucaristías y, entonces, pues son momentos muy bonitos para aquellas personas que les interesa; el momento en que... el momento de la paz de unas personas, que conviven juntas y que están dispuestas a acompañarse hasta la muerte, pues es un momento muy especial (Hilda, 65 años, Trabensol-ES).

Compartir un espacio espiritual y ritual implica, para sus participantes, asumirse como un conjunto que se acompaña incluso en la diferencia. En este sentido, puede considerarse un espacio de cuidado y acompañamiento colectivo a nivel espiritual y emocional.

Otro espacio con un sentido similar, pero que se coloca en un contexto radicalmente distinto, es el de las mujeres que participan en la OSCAM-MX, donde se organizan actividades dirigidas a las personas mayores. La sede principal es un templo católico, por lo que se incluyen prácticas y contenidos propios de esta religión. A partir de dichas actividades, entre las mujeres mayores se han establecido lazos de afecto y solidaridad que trascienden los espacios de encuentro pautados por la organización civil:

RER: Sí, ok, ¿qué más?, ¿qué más nos quieren decir? Por ejemplo, cuando alguien está malito de salud o malita de salud, ¿cómo es que los demás apoyan?

F7: A veces le visitamos, la visitamos, le digo, si estamos cerca, nos damos la mano, vamos a ver qué se le ofrece.

F6: Estamos al pendiente, ¿quién faltó?, ¿por qué faltó?, y ya si nos dicen: “está enfermo”, pues ya vamos (Grupo focal, OSCAM-MX).

Así, es posible observar cómo, a partir del espacio de encuentro que gestiona la OSCPAM-MX, las mujeres mayores de la comunidad se conectan para comenzar a entretener una red de cuidados colectivos entre amigas y compañeras.

Por medio de este recuento de actividades culturales, recreativas y espirituales, consideradas en su conjunto como prácticas de consumo cultural, se identifica su cualidad amalgamadora. A través de la comunicación y la empatía implicadas en compartir estas prácticas de consumo y producción cultural, se generan experiencias significativas y lazos de afecto, cuidado y solidaridad colectivos con personas de la misma generación, que también demuestran una fuerte potencialidad para la convivencia, la empatía y el cuidado intergeneracional.

EL PAPEL DE LAS TIC EN LAS INTERACCIONES COMUNICATIVAS INTERPERSONALES

En los tres casos estudiados, una parte importante de las personas mayores manifestó contar, o haber contado, con un teléfono celular personal. No obstante, en particular en México, las personas mayores que realizan tránsitos por la ciudad mencionan tener miedo de salir con sus dispositivos, ya que han tenido experiencias de asalto con violencia física. El transitar con celular por las calles, en algunos casos, implica estar en estado de alerta y miedo constante; frente a ello, algunas personas mayores optan por mejor no usarlo o no sacarlo de casa:

DRM: ¿Y usa computadora o celular, o eso no hace uso?

P: No, porque dos me los robaron; total, que ya no quiero celular.

DRM: Ya no quiere tener problemas de eso...

P: No, no, ya no, ya no uso.

DRM: Bueno.

P: Ya les dije a mis nietos: guárdenselo, ya no, no (Paula, 84 años, CDDIFB-MX).

En contraste, personas del contexto uruguayo mencionaron sentirse más seguras en sus tránsitos en la calle con el celular, puesto que, ante cualquier imprevisto, pueden comunicarse de forma inmediata

con sus familiares. Así, en algunos casos, en el contexto mexicano el portar un celular se asocia con mayor vulnerabilidad, mientras que, en el caso uruguayo, brinda mayor sensación de seguridad y representa una facilidad de solicitar ayuda o protección de sus cuidadores.

En general, el uso principal que las personas mayores entrevistadas en los tres casos proporcionan al teléfono celular es el de las llamadas y, en segundo lugar, para enviar mensajes a través de diversas aplicaciones. Para las personas residentes del CRP-MX, se observó un uso diverso de WhatsApp, puesto que algunas, además de utilizarlo para comunicarse con sus familiares, lo usan como medio de contacto con su médico y otros proveedores de servicios, lo cual, de acuerdo con la gravedad de la consulta, les ahorra o no la visita:

J: Sí, también le hablé a mi médico, bueno, le mandé un WhatsApp, diciéndole cómo me sentía y eso, y me dijo: “sácate análisis”, y hoy en la mañana me los fui a sacar (Jovita, 76 años, CRP-MX).

En el caso de México, las personas mayores entrevistadas asociaron acceder a las redes sociales por la Internet, con momentos de ocio y entretenimiento. Las aplicaciones de redes sociales se integran a las conversaciones, se relacionan con el humor, y el estar presente en publicaciones en estas plataformas toma un valor positivo y se considera algo digno de presumir:

S: Es lo... es mi lema, siempre ha sido así. Nunca vengan con caras tristes, alegres. Les presumo que yo salí en el Face con mis bailables de aquí del voluntariado (Samantha, 67 años, OSCPAM-MX).

En este caso, durante la interacción comunitaria, las mujeres de la OSCPAM-MX se remiten a Facebook como un espacio de reconocimiento social y satisfacción personal. En la OSC2-MX y el CRP-MX, algunas personas reconocen en Facebook el valor de poder acceder a fotografías de sus familiares; no obstante, en los tres casos, no existe gran aceptación de esta red social en la cotidianeidad de las personas mayores entrevistadas. Por otra parte, a pesar de que reconocen la utilidad de los teléfonos celulares digitales y las aplicaciones de redes

sociales, coinciden en que, cuando se usan con demasiada frecuencia, pueden ser fuente de frustración personal, ante las dificultades de aprendizaje implicadas en su utilización, y que representan un obstáculo para la convivencia física, sobre todo en el entorno familiar.

En Uruguay, las personas mayores que viven en residenciales privados suelen preferir el teléfono fijo al celular, puesto que sus tránsitos urbanos no son tantos, como en el caso de aquellas que habitan en hogares independientes. Es frecuente que los habitantes de residenciales privados en Uruguay cuenten con familiares que vivan fuera de la ciudad o del país; en este sentido, el teléfono o el celular funcionan como herramientas o “accesorios” para el ritual, sumamente importantes en su cotidianidad, pues la llamada de los seres queridos se espera en un día y hora determinados:

H: Tengo una sobrina que es monja y vive en Buenos Aires, en un colegio en Buenos Aires, bueno, y eso me sorprende y me causa alegría, que la adoro.

MRG: Sí, ¿y platica con ella?

H: Sí.

MRG: ¿Por teléfono?

H: Ella me llama por teléfono (Hanna, 87 años, RP1-UY).

En el caso de Uruguay, cuando se trata de personas mayores que no tienen hijos, son los sobrinos quienes se mantienen en contacto a través de visitas o llamadas telefónicas periódicas. Al igual que las llamadas de los hijos, constituyen un evento importante y de gran intensidad emocional.

La tableta se mantiene como un dispositivo emergente en las actividades cotidianas de las personas entrevistadas. En el caso de México, en especial de los adultos mayores del CRP-MX y la OSC2-MX, y el español, con los integrantes de Trabensol-ES, se señala a la computadora como un dispositivo de trabajo, de búsqueda de información, así como de envío y recepción de correos electrónicos.

En general, se observa que las opciones de acceso a dispositivos digitales para las personas mayores son limitadas por la accesibilidad económica a los mismos y frente la inseguridad que genera poseerlos.

Los usos que las personas mayores dan a las TIC a su disposición, en la mayoría de los casos, son limitados y en un nivel básico de operación del dispositivo; así como facilitan el encuentro social, que por lo general se asocia con emociones positivas, también pueden ser fuentes de frustración, enojo y soledad, ante los desafíos de aprendizaje que implican y frente a la conciencia de que no suplen la interacción social directa. Frente a ello, de la presente caracterización asoman áreas de oportunidad para el diseño de programas integrales de alfabetización digital, mediante los cuales las personas mayores puedan descubrir y determinar la utilidad de las funciones y posibilidades de comunicación y el acceso a la información que dichas tecnologías ofrecen.

ACCESO A LA INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA: LOS DERECHOS HUMANOS INVISIBLES

En este capítulo, se ha planteado que el aumento de acceso a las TIC para las personas mayores puede brindar varias ventajas, en especial en la interacción comunicativa con otras personas de la misma edad, de distintas generaciones, de la comunidad y la familia. No obstante, en el caso de las personas mayores existe una distancia considerable de aquello que prometían las TIC, de acuerdo con los postulados planteados en las propuestas, añejas, pero discursivamente aún latentes, de la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento. Lo anterior, en especial con respecto a las expectativas de un acceso relativamente ilimitado a la información, así como de la disolución de barreras en la participación ciudadana; estos prueban ser procesos que, sobre todo en las poblaciones de adultos mayores, han funcionado a la inversa, frente a la digitalización de trámites, el acceso a servicios, y plataformas de participación ciudadana, así como los foros y las redes para la protesta y movilización que ofrecen las redes sociales por la Internet. De esta forma, en lugar de fungir como herramientas de integración social, al no cubrir con las necesidades de acceso y alfabetización digital de la mayor parte de las poblaciones de adultos mayores analizadas, son capaces de fungir como herramientas de exclusión y fragmentación relativa de la participación ciudadana.

Sustento esta afirmación mediante la identificación de dos dimensiones que evidencian ausencias relevantes con respecto a la población adulta mayor, y la necesaria colectivización de su cuidado desde los medios de comunicación y las sociedades. La primera consiste en la ausencia de representaciones diversas de las personas mayores en los medios de comunicación, que se ve reflejada en un trato por parte de la población general carente de sensibilidad y respeto hacia el adulto mayor. La segunda dimensión consiste en la escasa información circulante en los medios de comunicación y espacios públicos sobre los derechos humanos de las personas mayores, la cual se ve reflejada en el desconocimiento de la mayor parte de las entrevistadas y los entrevistados al respecto. En este sentido, el acceso a las TIC pierde relevancia y potencia si la información necesaria para garantizar una adecuada y segura convivencia intergeneracional y de cuidado social hacia las personas mayores no es fácilmente accesible.

En los tres casos, a pesar de consumir a menudo la televisión y la radio, las personas entrevistadas no contaron con información suficiente para describir cómo es que los medios de comunicación describen y caracterizan a las personas mayores. Esto indica una importante ausencia en la representación de ellos y ellas en los diversos productos comunicativos que se difunden.

Algunas de las personas entrevistadas destacaron que no se da la importancia necesaria ni una representación positiva a las personas mayores, frente a la predominancia de noticias amarillistas que exaltan el maltrato y la violencia hacia ellas, mismas que alimentan el miedo y el sentimiento de vulnerabilidad en esta población. Ante ello, tanto en el caso de México como en el de Uruguay, las personas mayores destacaron que, en el trato que reciben de la población, no se refleja una cultura de respeto y cuidado.

Esta ausencia de información sobre las personas mayores en los medios de comunicación, e incluso en los contenidos que circulan en redes sociales, se replica y extiende hacia la falta de conocimiento, no solo de la población mayor sobre sus propios derechos humanos, sino del resto de la población sobre los mismos. Frente a este desconocimiento, es difícil esperar que las personas mayores señalen

argumentos para defender y exigir sus derechos, así como denunciar situaciones que las vulneran y que socialmente se encuentran naturalizadas; mucho menos se podrá esperar que sus familiares y el resto de la población cuide, respete, defienda y haga valer estos derechos.

A partir de esta reflexión, se intenta arrojar pistas respecto de lo que, desde la comunicación, en diversos contextos, es necesario tomar en cuenta para garantizar una vida digna y segura para las personas mayores, ante a la urgencia de avanzar a una cultura de respeto, cuidado e integración, frente al acelerado proceso de inversión de la pirámide poblacional en los próximos años, tanto en México como en Latinoamérica.

CONCLUSIONES

El acceso a las TIC de las personas mayores se encuentra en aumento. Su uso e incorporación a la vida cotidiana se realiza de forma gradual. En los casos analizados, los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, la radio y el teléfono fijo, mantienen mayor relevancia en sus actividades cotidianas. El celular es el dispositivo digital que un gran número de las personas mayores utilizan, en particular para realizar llamadas telefónicas y enviar mensajes de texto.

Las personas entrevistadas que habitan cerca de sus familiares destacan que, contar con el acceso a estas tecnologías y dispositivos no suple la interacción física ni las atenciones y el cariño que de ella derivan. En contraste, para aquellos que tienen hijos y nietos fuera de su país, o no cuentan con hijos, las llamadas telefónicas tienen un lugar privilegiado y de alta carga emocional.

Una minoría de personas mayores expresó interactuar mediante redes sociales, utilizar la computadora o la tableta en sus actividades cotidianas. Este dato evidencia áreas de posible desarrollo para las personas mayores, en primer lugar, en torno a sus condiciones de alfabetización, sobre todo en el caso de las personas con menor nivel de escolaridad, así como acerca de sus condiciones de alfabetización digital, considerando que la educación en igualdad de condiciones con otros sectores de la población es un derecho humano de las personas mayores. En este sentido, la educación de las personas mayores,

así como la alfabetización digital, deberían considerarse dimensiones del cuidado social y colectivo.

Finalmente, la colectivización del consumo cultural, y las distintas iniciativas expuestas al respecto, son un eje de trabajo que sería importante incorporar en las agendas públicas y sociales, puesto que habilitan la convivencia entre personas mayores y aquellas de distintas generaciones, estimulan la comprensión y la empatía, así como diversas prácticas de cuidado que pueden derivar en distintos procesos de colectivización del cuidado.

REFERENCIAS

- Barroso Osuna, J., y Aguilar Gavira, S. (2014). La realidad de los adultos mayores ante las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 1(65), 1-16.
- Bindé, J. (2005). Hacia las sociedades del conocimiento. Informe mundial de la UNESCO. Ediciones UNESCO. <http://unesco.org/ark:/48223/pf0000141908>
- Boarni, M., Cerda, E., y Rocha, S. (2006). La educación de los adultos mayores en TICS. Nuevas competencias para la sociedad de hoy. *Revista Iberoamericana de Tecnología en Educación y Educación en Tecnología*, 2-7.
- Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, t. I: La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2005). Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder. En D. De Moraes (Ed.), *Internet y la sociedad red* (pp. 203-288). Icaria.
- Douglas, M., e Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. Grijalbo.
- Flores-Castillo, A. (2012). *Cuidado y subjetividad: una mirada a la atención domiciliaria*. ONU.
- Frávega, A., y Carnino, M. (2007). La comunicación y los adultos mayores. *Comunicación e Personas Maiores*, 289-299.
- Frávega, A., Domínguez, N., Carnino, M., Marisco, V., y Felitas, M. (2017). *Consumos culturales y tecnológicos de las personas mayores en la Ciudad de La Plata, Argentina durante 2015-2016* (pp. 1-17).

- La Plata: Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/78265>
- García Canclini, N. (1992). Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Diálogos de la Comunicación*, 32, 1-9.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- González Esparza, V. (2015). ¿Hacia un nuevo mapa cultural? Prácticas y consumos culturales en México. *Razón y Palabra*, 88, 263-285.
- Guerrero, A. (2004). De las preocupaciones del rating a las preocupaciones de la civilización. En *Periodismo y Comunicación para todas las edades* (pp. 53-60). Cepsinger.
- Hernando, Á., y Phillippi, A. (2013). El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 124, 11-18.
- INE (2018). *Población que usa Internet (en los últimos tres meses). Tipo de actividades realizadas por Internet* (Estadístico 6.4; pp. 1-8). Instituto Nacional de Estadística. http://www.ine.es/jaxi/Datos.html?path=/t25/p450/base_2011/a2019/Io/&file=01002.px
- INE-AGESIC (2016). *Principales resultados Encuesta de usos de las tecnologías de la información y la comunicación* (pp. 1-44) [Estadístico]. INE-AGESIC. <http://www.ine.gub.uy/documents/10181/35933/Principales+Resultados+de+la+Encuesta+de+Usos+de+las+Tecnolog%C3%ADas+de+la+Informaci%C3%B3n+y+la+Comunicaci%C3%B3n+2016/d39637e9-a606-4084-ae3c-1d722df31b76>
- Inegi (2017). *Encuesta nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2017*. Inegi. http://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2017/otrtemecon/endutih2017_02.pdf
- Inegi (2018). *Encuesta nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2018*. Inegi. <http://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2018/default.html#Tabulados>
- Jocik-Hung, G., Taset-Álvarez, Y., y Díaz-Coral, I. (2017). Bienestar subjetivo y apoyo social en el adulto mayor. *OLIMPIA. Revista de la Facultad de Cultura Física de La Universidad de Gramma*, 14(46), 306-321.

- Martín Barbero, J. (2004). Comunicación y construcción social de las edades. En *Periodismo y Comunicación para todas las edades* (pp. 159-180). Cepsinger.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Paidós.
- Navarro, H., González, Z., Massana, E., García, I., y Contreras, R. (2012). El consumo multipantalla. Estudio sobre el uso de medios tradicionales y nuevos por parte de niños, jóvenes, adultos y personas mayores en Cataluña. *Quaderns Del CAC*, 15(1), 91-100.
- Román-García, S. Almansa-Martínez, A., y Cruz-Díaz, M. (2016). La competencia mediática de los inmigrantes digitales. *Comunicar*, 24(49), 101-109.
- Tronto, J. (2009). The political and social economy of care. *UNRISD. Conference on the Political and Social Economy of Care*.