

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**Adopción y uso del teléfono inteligente: estudio mixto sobre estudiantes de pregrado de la PUCP**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIONES**

**AUTOR**

Alejandra Andrea Puente Frantzen

**ASESORA**

María Pía Valdivia Rossel de Alvarado

Mayo, 2021

“Nos convertimos en lo que observamos.  
Le damos forma a nuestras herramientas,  
y por ende nuestras herramientas  
nos dan forma a nosotros.”

- **Marshall McLuhan**



Estoy agradecida con  
los que prestaron  
su acuciosa mirada  
a esta investigación.  
Especialmente con Pía y  
mis compañeros de Zip Zap.

**Resumen:**

En el 2017 se generalizó el uso del teléfono inteligente (TI) como tecnología de la información y comunicaciones (TIC) entre jóvenes de 18 a 25 años en el Perú urbano. Este escenario permitió e hizo relevante que se explore cómo se refleja en la vida de estos jóvenes la adopción y uso del TI de acuerdo a criterios como su idoneidad a la adopción de innovaciones. Con ese objetivo entonces se clasificó a un grupo de 113 estudiantes de pregrado de la PUCP entre los 18 y los 24 años en los perfiles: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados con respecto a su actitud hacia el teléfono inteligente. Posteriormente se contrastó el uso dado al TI de acuerdo a características de uso como la representación de la persona, socialización en Internet y percepción de tiempo y espacio en un sujeto de cada perfil. Entre las conclusiones resalta que los usos dados al teléfono inteligente son diversos dentro de un mismo grupo demográfico y varían altamente de un perfil a otro. Encontrando que los sujetos atribuyen un valor alto a la imagen que proyectan digitalmente de sí mismos, pero con distintas manifestaciones; son proclives a la digitalización de sus redes sociales, con distintos grados de intimidad; y mostraron una propensión a reconfigurar su percepción del tiempo y espacio hacia la hiperconexión, dependiendo de la intensidad de uso del TI.

**Palabras clave:** *Tecnología de la Información y Comunicación, TIC, Teléfonos Inteligentes, TI, Segmentación Psicográfica, Clasificación de Usuarios, Adopción de Innovaciones, Perfiles de Adoptantes y Perfiles Psicográficos.*

**Abstract:**

In 2017 the Smartphone reached widespread usage among young adults between 18 and 25 years of age in urban Peru. This scenario made it pertinent to explore how the adoption of the Smartphone is reflected among different profiles within this age group through criteria such as user attitude towards the adoption of innovations. First the present study classified a group of 113 bachelor students from PUCP between the ages of 18 and 24 into profiles: innovator, first followers, early majority, late majority and laggards. Later it compared the usage given to the Smartphone regarding the representation of self, Internet socialization and reconfiguration of time and space perception between profiles. What stands out among the findings is that usage given to the Smartphone is diverse among the same demographic group and varies highly from one profile to another. The study found that the subjects attribute a high value to the image of themselves they project digitally, with different uses and spaces; are prone to digitalize their real social networks, with different degrees of intimacy among the interactions; and are inclined to reconfigure their perception of time and space towards hiperconnectivity, depending on the intensity of Smartphone usage.

**Key words:** *Information and Communication Technologies, ICT, Smartphones, Psychographic Segmentation, User Classification, Adoption of Innovations, Categories of Adopters and Psychographic Profiles.*

## ÍNDICE

Carátula.....	1
Agradecimientos.....	2
Resumen.....	3
Abstract.....	4
Índice.....	5
Lista de tablas.....	9
Lista de gráficos.....	10
Introducción.....	11

### PRIMERA PARTE: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN.

#### CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL: ADOPCIÓN DEL TELÉFONO INTELIGENTE COMO TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....14

1.1 Antecedentes: contexto de adopción del TI.....	15
1.1.1. La conexión a Internet en el Perú y el mundo.....	15
1.1.2. Contexto mundial y peruano de adopción del TI.....	16
1.1.3. Contexto mundial y peruano de adopción del TI en jóvenes..	21
1.2. Relevancia para las comunicaciones: ¿por qué estudiar el uso de teléfonos inteligentes en jóvenes?.....	22

1.3. Lo que sabemos del Internet, los teléfonos inteligentes y su relación con los jóvenes.....	22
1.3.1. El Internet y el procesamiento superficial de la información...24	
1.3.2. La digitalización de las redes sociales de los jóvenes.....25	
1.3.3. Los jóvenes y el TI: el surgimiento de la generación APP.....27	

## CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL: ADOPCIÓN, PERFILES DE ADOPTANTES Y VARIABLES DE USO DEL TELÉFONO INTELIGENTE.....29

2.1. La difusión y adopción de innovaciones.....	30
2.2. Perfiles de adoptantes del TI: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados.....	35
2.3. Variables de uso del TI: representación de la persona, socialización y reconfiguración de la percepción del tiempo y el espacio.....	38

## SEGUNDA PARTE: DISEÑO METODOLÓGICO Y PRINCIPALES HALLAZGOS.

### CAPÍTULO III. METODOLOGÍA MIXTA DE INVESTIGACIÓN.....43

3.1. Problema y delimitación del objeto de estudio.....	46
3.2. Preguntas generales de investigación.....	48
3.3. Objetivos del estudio.....	48
3.4. Metodología cuantitativa.....	49
3.5. Metodología cualitativa.....	52
3.6. Hipótesis de investigación: la edad no es determinante pero sí la actitud hacia la adopción de innovaciones en torno al TI.....	54

### CAPÍTULO IV. PRINCIPALES HALLAZGOS SOBRE EL ESTUDIO DE ADOPCIÓN Y USO DEL TI EN ESTUDIANTES DE PREGRADO DE LA PUCP.58

4.1. Distribución de perfiles de adoptantes de teléfonos inteligentes.....	58
4.2. Perfiles de adoptantes del TI.....	59
4.2.1. Innovadores.....	61
4.2.2. Primeros seguidores.....	62
4.2.3. Mayoría precoz.....	63
4.2.4. Mayoría tardía.....	63
4.2.5. Rezagados.....	64
4.2.6. Análisis cruzado de los perfiles de adoptantes.....	65
4.3 Trayectoria de uso del TI y personalidad de un sujeto de estudio por perfil adoptante.....	67
4.3.1. Trayectoria de uso del TI de los cinco sujetos de estudio.....	70
4.3.2. Características de personalidad de cada sujeto de estudio...	72
4.4. Representación de la persona: proyección de sí misma y percepción de otras a través del TI.....	75
4.4.1. Innovadora: la puesta en escena.....	75
4.4.2. Primera seguidora: el ser como líder.....	77
4.4.3. Mayoría precoz: estar seguro antes de ser.....	79
4.4.4. Mayoría tardía: el ser reservado.....	81
4.4.5. Rezagados: ser analógico.....	82
4.4.6. Análisis cruzado de la variable representación de la persona.....	83
4.5. Socialización mediante el TI con amigos, desconocidos y familiares...	86
4.5.1. Innovadora: optimizar la socialización mediante el TI.....	86
4.5.2. Primera seguidora: empatía y conexión emocional mediante el TI.....	88
4.5.3. Mayoría precoz: positivo sobre el potencial socializador del TI.....	90
4.5.4. Mayoría tardía: funcional y temeroso en la socialización.....	92

4.5.5. Rezagada: el TI como coordinador de encuentros personales. .....	93
4.5.6. Análisis cruzado de la variable socialización mediante el TI...94	
4.6. Reconfiguración de la percepción del espacio y tiempo: la hiperconexión, el presente vívido y la desconexión.....	98
4.6.1. Innovadora: en todos lados al mismo tiempo.....	98
4.6.2. Primera seguidora: comprimiendo barreras de espacio- tiempo.....	99
4.6.3. Mayoría precoz: tiempos acelerados y distancias recortadas. .....	100
4.6.4. Mayoría tardía: perdiendo minutos y ganando distancias.....	102
4.6.5. Rezagada: el tiempo y espacio natural.....	103
4.6.6. Análisis cruzado de la variable reconfiguración del tiempo y espacio mediante el uso del TI.....	104
<u>CONCLUSIONES</u> .....	107
<u>BIBLIOGRAFÍA</u> .....	112
ANEXO A: Encuesta de perfiles de adopción del TI.....	117
ANEXO B: Preguntas a profundidad para el estudio de casos.....	120

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Distribución de valores de acuerdo a los perfiles de adopción del TI para 113 estudiantes de pregrado de la PUCP. Elaboración propia.....	52
<b>Tabla 2.</b> Atributos y edad de adopción promedio de teléfonos inteligentes en 113 estudiantes de pregrado entre 18 y 24 de la PUCP. Elaboración propia.....	60
<b>Tabla 3.</b> Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes innovadores del TI. Elaboración propia.....	61
<b>Tabla 4.</b> Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes primeros seguidores del TI. Elaboración propia.....	62
<b>Tabla 5.</b> Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes mayoría precoz del TI. Elaboración propia.....	63
<b>Tabla 6.</b> Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes mayoría tardía del TI. Elaboración propia.....	64
<b>Tabla 7.</b> Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes rezagados del TI. Elaboración propia.....	65
<b>Tabla 8.</b> Respuestas moda por perfil de adopción de los TIs a las preguntas 1-6 de la encuesta aplicada a 113 estudiantes pregrado de la PUCP. Elaboración propia.....	66
<b>Tabla 9.</b> Características de los cinco sujetos seleccionados correspondientes a cada perfil de uso del TI. Elaboración propia.....	68
<b>Tabla 10.</b> Uso reportado de redes sociales mediante el TI por parte de los cinco casos estudiados a profundidad. Elaboración propia.....	68
<b>Tabla 11.</b> Cruce de respuestas en torno a la representación de la persona mediante el TI por parte de los cinco casos de estudio. Elaboración propia.....	84
<b>Tabla 12.</b> Cruce de respuestas en torno a socialización mediante el TI por parte de los cinco casos de estudio. Elaboración propia.....	96
<b>Tabla 13.</b> Cruce de respuestas en torno a la reconfiguración del tiempo y el espacio por parte de los cinco casos de estudio. Elaboración propia.....	105

## Lista de Gráficos

- Gráfico 1.** Perfil de adoptantes sobre la base de su disposición para la adopción de innovaciones. Tomado de Diffusion of Innovations (Rogers, 2003. p. 325. Figure 7-3).....51
- Gráfico 2.** Curva de adopción de TI entre 113 estudiantes de pregrado PUCP...59



## INTRODUCCIÓN

Cinco amigas abren un chat grupal en la red social Whatsapp que utilizan a través de sus teléfonos inteligentes (TIs). Este chat es el mecanismo más fácil de comunicación entre sí para coordinar encuentros, eventos o simplemente compartir información relevante, pero no todas lo utilizan de la misma forma. Por ejemplo, una de las amigas, (A), siempre propone eventos nuevos y sabe qué está de moda en otros países de cultura dominante, como EEUU. Las amigas por lo general responden positivamente a las propuestas de A, pero hay una amiga, (B), que siempre es la primera en apoyar sus recomendaciones y es el nexo en temas que son tendencia o populares a nivel local ganándose el apelativo de “la reportera de *Chollywood*”. Una tercera amiga, (C), nunca es la primera en aceptar las propuestas, pero tampoco la última, no suele proponer muchos eventos o salidas, pero tampoco suele ser pesimista sobre ellos y está dispuesta a darles una oportunidad. Una cuarta amiga, (D), se demora en responder a los comentarios entre medio día y 24 horas, usualmente porque le cuesta repasar cada uno de mensajes que se han acumulado en el chat. Finalmente, la quinta amiga, (E), rara vez participa, se queja con frecuencia del TI, no tiene plan de datos y se conecta al chat cuando tiene acceso a algún lugar físico con conexión a WIFI, a veces se entera de los eventos antes, a veces después que ocurrieron.

Las cinco amigas fueron al mismo colegio y tienen la misma edad aproximadamente, pero todas utilizan, incorporan y normalizan de forma distinta las novedades y oportunidades que ofrece el TI de acuerdo al valor y espacio que le dan a la tecnología en sus vidas. Para Everett M. Rogers existen factores

socioeconómicos, de personalidad y comunicación que pueden ayudar a categorizar el uso que las personas dan a determinadas tecnologías de acuerdo con su actitud, comparada con sus pares, para adoptar innovaciones (2003. p. 311). Debido a sus distintas actitudes hacia la novedad del TI A calzaría en el perfil de adoptante innovador, B en la de primeros seguidores, C en la de mayoría precoz, D en la de mayoría tardía y E entre los rezagados según la teoría de difusión de innovaciones de Rogers (2003. pp. 327-329).

Este ejemplo ayuda a poner en contexto la importancia de ir más allá de las variables demográficas tradicionales (edad, nivel socioeconómico o grado de instrucción) para ahondar en variables psicográficas (valores, personalidad y actitudes) cuando se trata de explorar hábitos y usos de innovaciones tecnológicas como el TI. En los últimos años los estudios sobre el uso e impacto del teléfono inteligente en el Perú se han abordado a partir de una segmentación demográfica. Este enfoque no daría una imagen cualitativa del uso del teléfono inteligente y sus implicancias para los usuarios. Esta investigación aprovecha el contexto de uso generalizado del teléfono inteligente en jóvenes entre los 18 y los 24 años del Perú urbano (Ipsos 2017), para analizar las implicancias de este uso de acuerdo a perfiles psicográficos dentro de un mismo segmento demográfico.

En este sentido, la investigación explora cómo los jóvenes han adoptando el TI como innovación tecnológica. El objetivo es contribuir a las comunicaciones con la identificación de usos diferenciados del teléfono inteligente por parte de jóvenes que si bien comparten características demográficas, tienen distintas actitudes psicográficas hacia las TICs. Es por esto que la pregunta general de investigación está dirigida a encontrar la postura hacia la adopción del teléfono inteligente y los distintos tipos de uso que da a esta TIC un grupo de estudiantes de pregrado entre los 18 y 24 años. De esta pregunta general se desprenden dos interrogantes específicas en torno a encontrar la distribución de los perfiles innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado en el mismo grupo de estudiantes. Y analizar las diferencias en cinco sujetos de

estudio, uno por cada perfil, en el uso del TI con respecto a variables como representación de la persona, socialización en Internet y percepción del tiempo y espacio. Para lograr este objetivo se tomó una muestra de 113 estudiantes de pregrado de la PUCP entre los 18 y 24 años, se halló la distribución de perfiles de acuerdo a su actitud hacia la adopción de innovaciones y se eligió a cinco sujetos de estudio para analizar y contrastar variables independientes de uso del TI.

En la primera parte del documento se detallará el contexto del surgimiento del TI como TIC y se dará la base teórica sobre la cual se construirán los perfiles de adoptantes del teléfono inteligente y las variables de uso del TI a analizar. Los perfiles analizados corresponden a: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados, y las variables a representación de la persona, socialización en Internet y percepción del espacio-tiempo mediante el teléfono inteligente. En la segunda parte se detallará el marco metodológico utilizado que echa mano a herramientas cuantitativas y cualitativas para encontrar la distribución de los perfiles, en un primer momento, y las diferencias entre ellos por categorías de uso en un segundo momento. La tercera parte de la investigación detalla los resultados de la investigación y hace un análisis cruzado de los perfiles por categoría de uso del TI para encontrar las diferencias y similitudes entre sí. Y finalmente, la cuarta parte hace un resumen de las conclusiones y da recomendaciones sobre cómo utilizar esta información en futuras investigaciones.

## PRIMERA PARTE: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN

### CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL: ADOPCIÓN DEL TELÉFONO INTELIGENTE COMO TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La definición más instrumental del teléfono inteligente (TI) es la de una tecnología que proporciona acceso a una conexión a Internet en cualquier lugar y da al usuario la capacidad de gestionar información a través de aplicaciones (Saussure, 2016. p. 31). Si desagregamos la definición nos encontramos con los componentes base de todas las tecnologías de la información y comunicaciones (TICs): software y hardware. Una tecnología, al fin y al cabo, no es otra cosa que “el diseño para la acción instrumental”, compuesto de un “hardware” y “software,” que da soluciones a individuos para “el alcance un objetivo determinado” (Rogers, 2003, p. 49). Explicado en el TI, la carcasa y pantalla son el hardware que representa a tecnología como objeto físico y el sistema operativo con conexión a Internet móvil, que es la información base de la herramienta, es el software.

En este capítulo se dejará claro el alcance y contexto dentro del cual está enmarcada esta investigación sobre los perfiles y variables de uso del TI en un grupo de 113 estudiantes de pregrado entre los 18 y 24 años y cinco casos de estudio. En la primera parte se detallará el contexto de difusión del Internet, en general, y el TI, en particular, a nivel mundial, en Perú y entre los jóvenes. Luego se darán luces sobre la relevancia para las comunicaciones de estudiar una tecnología dentro de esta rama cuyo uso se ha generalizado dentro de los usuarios del sistema social llamado Perú, y específicamente entre los jóvenes. Y finalmente, se hará un recuento de los estudios hechos desde las ciencias sociales sobre el Internet y el procesamiento superficial de la información, la digitalización de las redes sociales y el surgimiento de la generación APP.

## **1.1. Antecedentes: contexto de adopción del TI.**

En el Perú urbano ya se puede hablar de un uso generalizado del teléfono inteligente entre los jóvenes de 18 a 24 años de edad, debido a que la adopción del TI como innovación tecnológica alcanzó el 98% en este segmento demográfico en el 2017 (Ipsos). Esta estadística tan reveladora requiere como paso previo, que se detalle el contexto de adopción del Internet y el TI en el mundo, en Perú y entre los jóvenes. El concepto de difusión en el que nos basaremos es el de un “proceso mediante el cual una innovación es comunicada a través de ciertos canales durante un lapso determinado entre los miembros de un sistema social” (Rogers, 2003. p. 41). La etapa final del proceso de difusión es la adopción de una innovación porque en este caso se analizará la adopción del TI en el contexto global y local entre el período que comprende del 2013 al 2019.

### **1.1.1 La conexión a Internet en el Perú y el mundo.**

El incremento de conexión a Internet en el mundo, desde que el Departamento de Comercio de Estados Unidos liberalizó su uso en la década de los noventa, ha sido exponencial. Cuando se realizó la primera medición de usuarios de Internet en 1996 se determinó que en el mundo existían 40 millones de usuarios, para el 2013 ese número había aumentado a 2.500 millones (Castells, 2014). En la actualidad, se estima que el 54.4% de la población mundial (más de 4156 millones de personas) se encuentra conectada a Internet. (Internet World Stats, 2018). Según el portal de Internet World Stats, América del Norte es el continente con mayor conexión con un 95% de penetración (2018), mientras que América Latina cuenta con un nivel de penetración en la media superior con 67%, entre 11 y 22 puntos porcentuales por encima de Asia (48,1%) y África (35,2%) respectivamente (Internet World Stats, 2018).

Desde su llegada al Perú en 1991 el Instituto de Estadística e Informática (INEI), ha registrado un incremento significativo de la conexión a Internet -ya sea a través de una cabina, WIFI público, WIFI privado o internet móvil- entre la población de seis años a más. En el 2017, por ejemplo, el 51.7% de los peruanos, a nivel urbano-rural, mayores de 6 años declaró conectarse a Internet por cualquiera de estos medios con frecuencias que van desde varias veces al día, a una vez cada dos meses (INEI, 2017). De estos usuarios conectados, el 70.4% accede a Internet a diario, mientras el 26.4% se conecta una vez a la semana y sólo el 3.2% lo hace una vez al mes o cada dos meses (INEI, 2016). Para ampliar el contexto, en el 2003 los operadores de Internet fijo en el Perú reportaron contar con 90,643 suscriptores pagando por el servicio (OSIPTEL, 2009). Según el mismo reporte, para el 2004 esos suscriptores se triplicaron a cerca de 200 mil, si comparamos esos miles de suscriptores con los cerca de 11 millones que aseguran conectarse a diario (INEI, enero-marzo 2017) podemos comenzar a darnos una idea del cambio que ha significado la adopción de tecnologías digitales y el Internet en la vida de los peruanos. La encuesta agrega que del 98% de jóvenes en el Perú urbano entre los 18 y los 24 años que cuentan con acceso a Internet, el 57% accede diariamente y el 76% se conecta a través de su TI (Ipsos, 2017).

### **1.1.2. Contexto mundial y peruano de adopción del TI.**

La historia de las generaciones de redes móviles de comunicación -0G, 1G, 2G, 3G, 4G, 4G LITE y 5G-, de la telefonía celular móvil, y de telefonía celular móvil inteligente están estrechamente vinculadas. Es por esto que para situar el contexto de adopción del teléfono inteligente -con conexión móvil a Internet- haremos un repaso de las innovaciones en telefonía celular móvil en las últimas décadas, atada a su respectiva generación de red. Este repaso abarcará brevemente desde el teléfono propulsado por ondas radiales hasta el anuncio del

lanzamiento de teléfonos celulares móviles con conexión a tecnología 3G y 4G que permiten una conexión móvil, a menor costo y con mayor rapidez a Internet.

El precursor de la telefonía móvil surgió en la década de 1940 y permitía conexión de voz utilizando ondas radiales, si bien en esa época el sistema tuvo un lanzamiento comercial, su adopción fue limitada debido a su reducida portabilidad y su alto costo. Los primeros teléfonos móviles radiales podrían pesar hasta dos kilos y medios (5 libras) por lo que debían ser trasladados en maletines o colocado en automóviles. Aún así se le reconoce como el precursor de la telefonía celular como la conocemos hoy, por lo que la red radio con la cual operaba recibió el nombre honorífico de generación 0 o 0G (Moon, 2014).

Tomó cerca de 40 años desarrollar la primera generación de redes móviles (1G) que dio a los teléfonos móviles capacidades para conectarse remotamente por voz. En 1983 se lanzó el primer teléfono móvil con un precio de cerca de \$3.995 -alrededor de \$ 9.000 actuales-. Sin embargo, esta conexión no fue tan móvil como se esperaba debido a que el primer teléfono de ese tipo que llegó al mercado con servicio de voz, pesó cerca de un kilo (2 libras). Además, el aparato contaba con una batería de 30 minutos de uso por cada 10 horas de carga eléctrica (Brianbridge BVBA, 2019).

A pesar del peso, el precio y los elementos poco prácticos de este tipo de teléfono más 20 millones de personas en el mundo contaban con una tecnología con conexión a 1G hacia la década de los 90s. Esto dio pie a una carrera por parte de las empresas tecnológicas por desarrollar teléfonos con conexión a datos celulares y en la década de los 90s se lanzó la segunda generación de redes móviles -2G- (Brianbridge BVBA, 2019). 2G fue el primero en permitir la utilización de data digital para comunicación por voz, dio capacidad para el surgimiento de mensajería instantánea de textos cortos o SMSs y una posibilidad limitada para navegar en la web. Durante esa misma década se lanzó la tecnología 3G que permitió el surgimiento del primer teléfono inteligente con acceso a e-mail, conexión de datos celulares y navegación web con imágenes. El IBM Simon,

considerado el primer teléfono inteligente, fue lanzado en 1994 y llegó a costar hasta mil dólares, contó con conexión 3G, su batería duraba una hora y pesaba apenas medio kilo (RPP, 2014).

Sin embargo, el uso del teléfono móvil inteligente no se masificó hasta 1999 con el surgimiento del BlackBerry que para el 2013 contaba con 85 millones de suscriptores en el mundo. Blackberry utilizó tecnología 3G -tercera generación de redes móviles- que permitió conexión a la web con carga de imágenes en el buscador, e-mails con adjuntos de mayor tamaño (Brianbridge BVBA, 2019). Todas estas posibilidades de comunicación se dieron además a un costo más accesible por aparato de 800 dólares a precio de lanzamiento (Universia Knowledge@Wharton, 2016).

No obstante, en los primeros años de los 2000 la tecnología celular móvil inteligente era utilizada mayoritariamente para negocios. Fue recién en el 2007 con la puesta en marcha del sistema operativo Android (Ovide, 2019) y el lanzamiento del primer iPhone el mismo año, que se masificó el uso de los teléfonos inteligentes con fines de entretenimiento en todo el mundo (RPP, 2014). Posteriormente, la cuarta generación de redes móviles (4G), trajo consigo la era del streaming permitiendo tener videollamadas y streaming de video de mejor calidad y en vivo (Brianbridge BVBA, 2019). Ahora el teléfono inteligente no sólo habría reemplazado formas tradicionales de comunicación como la llamada telefónica o los SMSs con aplicativos móviles como Whatsapp -lanzado en el 2009-, sino que también comenzaba a usurpar espacios de entretenimiento.

Aproximadamente una década después de la revolucionaria aparición del iPhone y el sistema Android, GSMA Intelligence reportó que en el 2017 ya existían en el mundo más teléfonos celulares móviles que personas, cerca de cinco mil millones (2018). En Estados Unidos incluso una encuesta realizada el primer trimestre del 2018, reveló que uno de cada cinco usuarios de Internet no poseía una conexión en casa y sólo se conectaba a través de su teléfono móvil inteligente (Pew Reaserch Center, 2018). Hoy en día la competencia entre los operadores es

tan disputada que es posible acceder a un teléfono inteligente de última generación -iPhone 11 lanzado en el 2019- en Estados Unidos, gratis sólo con la adquisición de un plan de datos o servicio de telecomunicación de \$90 al mes (T-Mobile, 2020).

Haciendo un paralelo con nuestro país, uno de los cambios observables más significativos en los hábitos de los internautas es el traslado del lugar de conexión de la cabina, a través de desktops al hogar, a través del TI. Mientras en el 2012 el 58% de los internautas del Perú urbano se conectaba a Internet a través de una cabina, en el 2017 el 62% lo hacía a través del TI, de preferencia, en su casa (Ipsos). Según las cifras del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTTEL), en el 2012 sólo el 19,8% de las familias del Perú contaban con Internet en el hogar, cuatro años después los hogares conectados aumentaron a 66,5% (2016). Este cambio de conexión a Internet de una cabina al teléfono móvil, se relaciona el avance de la tecnología que permite la conexión inalámbrica a Internet y al abaratamiento de los costos del teléfono inteligente. Por ejemplo, al 2017, el 66% de los usuarios en Perú urbano contaba con un teléfono inteligente y el 55% lo declaraba como el más usado para conectarse a Internet (Ipsos). Una explicación para la acelerada difusión del TI entre el 2014 y el 2017 se encuentra también en el mayor dinamismo competitivo o “guerra” entre operadores que mejoraron su oferta de Internet móvil en un intento por retener y atraer nuevos clientes (OSIPTTEL, 2019). Según un reporte de OSIPTTEL del 2019, la mayor intensidad competitiva resultó de dos factores concretos. Primero, la llegada al mercado de los operadores de telefonía Entel Perú y Viettel que se sumaron a los existentes América Móvil (Claro) y Telefónica del Perú (OSIPTTEL, 2019, p. 1). Y en segundo lugar, la aprobación de la ley de portabilidad numérica que permitió a los usuarios migrar de operador con el mismo número sin costos adicionales (OSIPTTEL, 2019. p. 1). Según OSIPTTEL, desde la implementación de la ley en el 2014 hasta junio del 2018, se registraron más de nueve millones de

portaciones numéricas entre operadores, más del 65% de éstas entre líneas prepago (OSIPTEL, 2018, p. 1).

La coyuntura descrita generó, según OSIPTEL, “mayor variación en la participación de mercado de los operadores”, “mayor nivel de competencia en las modalidades prepago y postpago” y “una mejora en el índice de intensidad competitiva en el servicio” (2019. pp. 1-7). Entre el 2014 y el 2017 los operadores enfocaron “su estrategia comercial en incrementar la calidad del servicio de Internet móvil” y en dirigirse a un público cada vez más joven (OSIPTEL, 2019. p. 1). Esto se tradujo en el lanzamiento de planes en el mercado que dieron “mayor valoración por los datos que por los minutos o mensajes de texto” (OSIPTEL, 2019. p. 1). Esta información es relevante para la investigación debido a que muestra indicios de una mayor valoración de los usuarios jóvenes por los datos, debido a que ya no usan los teléfonos como tradicionalmente lo hacían. El uso de los teléfonos celulares ha cambiado, de hablar y mandar mensajes de texto, a conectarse a diferentes aplicaciones que permiten múltiples funciones en simultáneo. Hoy la tecnología franquea usos y estos nuevos usos son más valorados por todos los usuarios en general pero especialmente por los jóvenes. En este sentido, la guerra de operadores por captar o retener clientes concluyó en ofertas de planes prepago y postpago que desde los S/ 3 daban acceso a aplicaciones con uso de audio, video y mensajería instantánea sin consumir los datos de los clientes (OSIPTEL, 2019. p. 3). Estas ofertas, a su vez, promovieron un aumento en el número de planes prepago vendidos por las empresas de telefonía móvil llegando a alcanzar el Perú 130 líneas vendidas por cada 100 personas (Perú21, 24 de mayo del 2018). ¿El resultado? Al 2018 Viettel y Entel Perú, los operadores con una oferta más agresiva en Internet móvil, habían alcanzado una participación conjunta de 30% del mercado (OSIPTEL, 2018, p. 1).

El mayor dinamismo en la competencia entre operadores abarató el costo del teléfono inteligente y favoreció su difusión al triplicarse su importación y venta en el Perú a un bajo costo y atado a planes de datos dirigidos a un público joven.

Por ejemplo, mientras en el primer trimestre del 2014 se importaron 1.1 millones de teléfonos inteligentes al Perú, en el mismo período del 2018, la cifra de teléfonos inteligentes importados superó los 3 millones. En enero del 2018 Ignacio Nores, vicepresidente de Mercado Personas de Entel Perú declaró que el 90% de sus ventas estaban relacionadas a teléfonos inteligentes cuando en Perú la penetración de estos dispositivos era de 40%. En este mismo artículo, la proyección de teléfonos importados para fines de 2018, en total, ascendía a 10 millones de dispositivos (Gestión, 2018).

### **1.1.3. Contexto mundial y peruano de adopción del TI en jóvenes.**

Dentro de este contexto de cambios en conexión a nivel mundial, los jóvenes han sido un agente clave en el proceso de adopción del uso de la telefonía móvil inteligente. En Estados Unidos, el 96% de los jóvenes entre 18 y 29 años reportó poseer algún tipo de teléfono móvil inteligente con capacidad para conectarse a Internet (Pew Research Center, 2018). Tendencias similares se registran en Perú ya que según el INEI, el 79.4% de las personas entre los 19 y los 24 años, reportó acceder a Internet principalmente a través de sus teléfonos móviles inteligentes (2017). En este sentido, del 98% de los jóvenes entre 18 y 24 años que cuentan con acceso a Internet, el 57% accede diariamente y el 76% de ellos lo hace a través de su TI (Ipsos, 2017). Una explicación que podría esbozarse para esta tendencia está en el intenso direccionamiento de las estrategias de los operadores móviles para captar más usuarios jóvenes entre el 2014 y el 2017. A este sector estaban dirigidos principalmente los mensajes publicitarios y los planes de datos 3G y 4G de bajo costo con acceso ilimitado y gratuito a aplicaciones de video y audio, cuyas ofertas más agresivas se registraron por parte de los operadores nuevos Viettel y Entel (OSIPTEL, 2019, p.3).

## **1.2. Relevancia para las comunicaciones: ¿por qué estudiar el uso de teléfonos inteligentes en jóvenes?**

La incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs), como la radio, televisión o Internet, a lo largo de la historia han marcado el desarrollo de nuevas tendencias y experiencias en los usuarios que las incorporan a sus vidas. Por este motivo, el surgimiento de nuevas tecnologías no sólo es tema de asombro y difusión global, dependiendo del grado de disrupción que éstas representen, sino de estudio por parte de investigadores sociales. En este sentido, es relevante la exploración de tendencias y usos que las personas dan a las nuevas TICs ya que modifican cómo las personas proyectan y construyen su identidad (Martuccelli & Singly, 2012), cómo socializan con los demás en la vida cotidiana (Ágnes Heller, 1977) y cómo reconfiguran su percepción del tiempo y el espacio (Mackay, 2001). Este tipo de investigaciones son de gran importancia desde el punto de vista social, más que tecnológico, de las comunicaciones y, por ende, para las ciencias sociales (Mackay, 2001 p.109). Dicho esto y considerando que la adopción del TI como tecnología ha alcanzado un grado de uso generalizado en jóvenes entre 18 y 24 años del Perú urbano, es importante comenzar a explorar desde nuevos enfoques las tendencias que surgen en este grupo, a raíz de su uso. Sobre el tema se han realizado numerosos estudios en otros países a nivel internacional y regional que serán mencionados para dar un marco general desde el que se puede partir, y comenzar a contribuir, a esta investigación.

## **1.3. Lo que sabemos del Internet y los teléfonos inteligentes con relación con los jóvenes.**

Un importante preámbulo a esta investigación será conocer a grandes rasgos, los principales hallazgos de investigaciones que hayan explorado, de una

forma directa o indirecta, cómo las TICs digitales se han incorporado en la vida cotidiana de los jóvenes. Cabe aclarar que, si bien los resultados de algunos estudios seleccionados podrían ser interpretados como centrados en los “efectos” de estas tecnologías en las personas, el objetivo de esta investigación no es trazar ese tipo de conclusiones. La literatura en este sentido contribuye a hacer un “mapa” de las tendencias que se han generado en jóvenes a raíz del uso y adopción de teléfonos inteligentes, y a las cuales busca contribuir la presente investigación.

Esta revisión de la literatura comenzará explorando cómo el diseño del software y los programas que se utilizan a través del TI, dan prioridad a un acceso a la información de poca profundidad (Carr, 2011). Un estudio en España, por ejemplo, incluso llega a desarrollar la “teoría de los tres clicks” como límite de intertextualidad promedio en la búsqueda de información y acceso a noticias a través de esta herramienta tecnológica (Jiménez, Aguilar, Sánchez & Pérez-Montero, 2018). En esta revisión de la literatura reuniremos también estudios que apuntan a que la digitalización de las redes sociales físicas (Gardner y Davis, 2014) están cambiando cómo las personas piensan y acceden a los espacios públicos de discusión. Estudios relevantes considerando que uno de los usos más importantes del TI en el Perú es el acceso a redes sociales, por ejemplo, el 99% de jóvenes entre 18 y 24 años accede a Facebook a través del TI (Ipsos, 2017). Por lo que se abordará cómo la masificación del uso del teléfono móvil inteligente ha generado la aparición de “la generación APP” (Gardner y Davis, 2014), que piensa y se identifica a través del uso de aplicaciones, disponibles a través del TI. Finalmente, se presentará un estudio en Chile (Bernardo, Amigo & Osorio, 2016) que concluye que el uso de teléfonos móviles inteligentes está contribuyendo al desarrollo de una nueva “hipercotidianidad” o cotidianidad acelerada. Según Bernardo, Amigo y Osorio, esta experiencia espacio-temporal “acelerada” de la vida cotidiana de los sujetos, mediante el uso de los teléfonos inteligentes contribuye a una vivencia en “simultáneo” de las experiencias que catalogan como

“presente vívido”. En los siguientes párrafos desarrollaremos cada una de estas investigaciones y sus aportes.

### **1.3.1. El Internet y el procesamiento superficial de la información.**

La base de los teléfonos inteligentes como innovación y su principal diferencia con su antecesor el celular, es su conexión mediante datos o WiFi a Internet. Si bien Nicholas Carr (2011) no incluyó específicamente al TI en sus estudios, sí habló de los mecanismos para captar la atención y condicionar el comportamiento que proviene del constante análisis del usuario que provee la inteligencia artificial, tecnología base del TI. Según el autor, el consumo de Internet mediante herramientas tecnológicas, tiende a ser compulsivo y se incorpora de forma natural a la rutina humana y está contribuyendo a que creamos que somos “súper hombres” en la búsqueda de información (Carr, 2011, p. 23). El perseguir constantemente el momento del ¡eureka! sin detenernos a participar de procesos que requieren mayores facultades de concentración del cerebro -como la lectura de un libro- estaría moldeando nuestra mente a un procesamiento superficial de información (Carr, 2011, p. 51). Estos mecanismos de gratificación instantánea y simplificación de los procesos, a la respuesta fácil que describe Carr como consecuencia de la conexión a Internet, las tecnologías digitales que lo utilizan serían las que condicionan al ser humano a un procesamiento de información y razonamiento superficial (2011, p51). En este sentido, si bien las conclusiones de Carr no se refieren exclusivamente al TI, sí describen un mecanismo adaptado al uso de aplicaciones dentro de estos dispositivos móviles. La tecnología base de los teléfonos inteligente es la inteligencia artificial que funciona aprendiendo del usuario para captar su atención con gratificaciones instantáneas.

En una línea de investigación similar a la de Carr, se encuentran las conclusiones del artículo *Experiencia de usuario y medios de comunicación: la*

*regla de los tres clics en las webs de periódicos para smartphones* (Jiménez, Aguilar, Sánchez y Pérez-Montoro, 2018). Esta investigación realizó pruebas en España para analizar el comportamiento y usos que los usuarios dan a los portales web informativos. Una de las conclusiones más saltantes es que los sujetos estudiados no solían superar la barrera de los tres clics para acceder a la información de su interés (Jiménez, Aguilar, Sánchez y Pérez-Montoro, 2018, p. 595). Jiménez, Aguilar, Sánchez y Pérez-Montoro encontraron también que este límite “no estaba relacionado con el fracaso (en la búsqueda), pero sí con la percepción de dificultad” (2018, p. 595), convirtiéndose entonces en una regla inconsciente para la navegación en los usuarios que preferían salir de la página y volver a empezar la búsqueda.

### **1.3.2. La digitalización de las redes sociales de los jóvenes.**

Otras investigaciones analizan la interacción social y las relaciones con otros por parte de jóvenes a través del teléfono móvil inteligente. Sherry Turkle (2015), por ejemplo, plantea la posibilidad que las interacciones en el mundo digital estén inhibiendo nuestra capacidad para sostener una conversación y nos estén aislando de los demás. En sus estudios del comportamiento e interacciones de los jóvenes y su relación con las tecnologías digitales móviles, Sherry Turkle (2015, p.10) asegura haber descubierto que éstas inhiben la capacidad de las personas para comunicarse en el plano personal, interrelacional e incluso reflexivo. Para Turkle, los teléfonos móviles inteligentes interrumpen constantemente la conversación mientras nos hacen creer que estamos más conectados que nunca con nuestras redes sociales y los que más queremos (2015, p. 65). Esto, según Turkle, aumentaría el sentimiento de soledad y aislamiento al mismo tiempo que nos inducen a recurrir a la conexión virtual para sentirnos escuchados, lo cuál es un peligro porque es en soledad que construimos nuestra noción de ser (2015, p. 66).

En el Perú los jóvenes se encuentran conectados intensamente a sus redes sociales digitales: 97% de los jóvenes entre 19 y 24 años aseguró pertenecer a por lo menos una red social como Facebook, Whatsapp o Instagram (Ipsos, 2017). Esta conexión y uso convierte a las redes sociales digitales en un aspecto importante de la rutina de los jóvenes en el Perú. Sobre el tema ha escrito específicamente Danah Boyd (2014) quién, en contraste con Turkle, rechaza la idea que las redes sociales digitales aíslan a las personas. Para los jóvenes, detalla Boyd, las redes digitales son una prolongación de las redes sociales existentes en la realidad y generalmente las interacciones siguen las mismas reglas (2014, p. 39). “El enganche de los adolescentes con las redes sociales está atado a su círculo más extenso de grupos de pares, por eso las normas que se implementan en línea no difieren mucho de las normas del colegio” (Boyd, 2014, p. 40). Boyd reconoce en el comportamiento de los adolescentes una movilidad que cambia de códigos de acuerdo a los ambientes, contextos y grupos -de amigos, intereses o compañeros de clases- (2014, p. 41). “Ellos perciben su contexto como forjado - pero no definido- por el escenario, el momento y la audiencia,” dice Boyd (2014, p. 41). Aunque este concepto no sea nuevo, Boyd sí señala que “la tecnología ha hecho que sea fácil para los jóvenes moverse con rapidez entre los diferentes escenarios sociales, creando la impresión que están presentes en múltiples espacios en simultáneo” (2014, p. 41). Entre los problemas en la representación que identifica Boyd está que a veces los jóvenes no son conscientes que los contenidos que producen pueden ser interpretados fuera de contexto, especialmente por personas ajenas a sus contextos sociales inmediatos. (2014, p. 42)

En *La vida sobre la pantalla: la construcción de la identidad en la era del Internet* (1997), Turkle se mostró optimista sobre las posibilidades de la Web y la construcción de identidades digitales. Sin embargo, 20 años después, la evidencia clínica que ha encontrado la hizo cambiar de opinión y en el 2015 publicó *Recuperando la Conversación: el poder de lo hablado en la era digital*, en la que

destaca los peligros de un exceso de conectividad. En *Juntos pero Solos* (2011) Turkle argumenta que las tecnologías digitales, al permitirnos editar y amoldar contenido sobre nosotros mismos, estimula la búsqueda de la perfección, una búsqueda que se traslada a la construcción de la imagen personal (2011, p. 60). Esta pesquisa constante por retroalimentación digital, inhibiría la capacidad de construir un concepto de “ser” apartado de la sociedad, ya que este concepto se construye cuando se está sólo (Turkle 2011, p. 80). Turkle diferencia la soledad del aislamiento que genera el mundo digital, al calificar la soledad como la capacidad de estar con uno mismo y el aislamiento como la incapacidad de estar con los demás (2011, p. 81). “Cuando uno aprende a estar con uno mismo, uno puede llegar a los otros y formar afectos reales” dice Turkle (2011, p. 81).

### **1.3.3. Los jóvenes y el TI: el surgimiento de la generación APP.**

Los académicos Howard Gardner y Katie Davis (2013) encontraron que el uso de las TICs digitales conectadas a Internet, como los teléfonos inteligentes, están dando pie a una generación que se define a raíz del uso de aplicativos que llamaron “la generación APP”. En esta investigación, Gardner y Davis (2013, p. 49) concluyen que los aplicativos son centrales para definir el comportamiento de adolescentes con grado de instrucción escolar secundario en un contexto digital en EE.UU. “Las tecnologías digitales han dotado de un significado nuevo al concepto de generación (cuyo significado) abarca tanto la duración de la generación como el modo en que ve afectada su conciencia” (Gardner & Davis, 2013, p. 49). A través de entrevistas a profesores, psicólogos y jóvenes de escuelas nacionales en EE.UU., Gardner y Davis lograron identificar cuáles serían las características en común que tienen los miembros de la generación APP (2013, p. 82). Según sus hallazgos, esta generación se caracteriza por la reacción y la falta de reflexión “parece que la tecnología, cuyo objetivo era dejar tiempo libre para la reflexión desestructurada, ha tenido el efecto contrario” (Gardner y Davis,

2013, p. 82). Sobre la “generación APP”, Gardner y Davis aseguran, también, que los define la aparición de una cultura que “permite el desarrollo rápido de aspectos superficiales relativos a la identidad, la intimidad y la imaginación” (2013, p. 46). El reto, según estos autores, consiste en utilizar las aplicaciones en su potencial capacitador para potenciar nuestras habilidades y no dejar que nos programe a nosotros generando dependencia (2013, p. 46).

Finalmente, un estudio realizado en Chile sobre el uso de teléfonos inteligentes en jóvenes, concluye que está contribuyendo al desarrollo de una nueva “hipercotidianidad” o cotidianidad acelerada (Amigo, Bravo y Osorio, 2016, p. 115). Este estudio es importante debido a que analiza cómo influye el TI en la vida de jóvenes entre los 16 y los 25 años. Amigo, Bravo y Osorio identifican que el uso de los teléfonos inteligentes contribuye a la “emergencia de profundos cambios en la dimensión espacio-temporal de los sujetos” (2016, p. 117). En sus conclusiones destacan como cambios de la percepción del espacio tiempo a las vivencias en simultáneo de las experiencias, “presente vívido”, y a una percepción espacio temporal acelerada de la vida cotidiana, “hipercotidianidad” (Amigo, Bravo y Osorio, 2016, p. 131-135).

## CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL: ADOPCIÓN, PERFILES DE ADOPTANTES Y VARIABLES DE USO DEL TELÉFONO INTELIGENTE.

Esta investigación se propone identificar la postura hacia la adopción del teléfono inteligente y diferencias de su uso en un grupo de estudiantes de pregrado de la PUCP entre los 18 y los 24 años. Para lograr este objetivo, se requiere de un marco teórico que brinde herramientas de análisis para identificar correctamente los perfiles de adoptantes del TI y delimitar las tres variables de uso que esta investigación busca analizar en cada una. La elaboración de los perfiles de adopción del teléfono inteligente se basará en los estudios de Everett M. Rogers sobre la adopción de innovaciones (2003) que, si bien son anteriores a la creación de los teléfonos inteligentes, sus conceptos y “categorías de adoptantes” aún son relevantes en el estudio de TICs. De esta teoría se desprenderá entonces la construcción de los perfiles de adoptantes innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados aplicadas al TI (Rogers, 2003, pp. 326-226). Basados en estos perfiles se identificará cuál es la distribución de perfiles según su disposición a la adopción del TI en 113 estudiantes de pregrado de la PUCP entre los 18 y 24 años. Para el segundo grupo de herramientas se citarán teorías desarrolladas para las ciencias sociales que nos permitirán construir y definir las variables de uso y representación de la persona, socialización en Internet y reconfiguración del tiempo y espacio mediante el uso del TI. Estas variables servirán de base para la elaboración de las entrevistas a los sujetos y serán un

punto de referencia para el contraste de los diferentes usos que los sujetos dan al teléfono inteligente.

## **2.1. La difusión y adopción de innovaciones.**

Everett M. Rogers explora la adopción de ideas, prácticas u objetos “percibidos como novedosos por individuos o miembros de un sistema social” y las llama innovaciones (2003, p. 48). Debido a que Rogers toma como punto de referencia la percepción del sujeto, una innovación será tal si el sujeto la percibe como nueva dentro su entorno social (2003). En este sentido, el factor que hace al TI una tecnología innovadora es que permite a los individuos relacionarse entre sí por medio de una conexión remota. Una posibilidad que si bien se encuentra disponible desde hace varios años, hasta el 2013 estaba sujeta a restricciones como el costo de los planes de datos que ofrecían las operadoras de telefonía. Hoy el acceso a una conexión móvil a Internet es generalizado entre jóvenes entre 18 y 24 años del Perú urbano debido al abaratamiento de los planes de datos. Un factor que abre la posibilidad para el análisis del uso del teléfono inteligente, de acuerdo a perfiles diferenciados entre sí por su disposición a la adopción de innovaciones.

En sus estudios, Rogers utiliza la palabra difusión como el proceso mediante el cual una innovación es comunicada “a través de canales determinados, en un período de tiempo a los miembros de un sistema social” (2003, p.41). En otras palabras, la difusión es un “tipo de comunicación especial en la que los mensajes se relacionan con nuevas ideas”, una nueva idea se adopta, agrega, “como resultado de una interacción humana” (2003, p.41). Entre los académicos que estudian los procesos de difusión y adopción de innovaciones se critica la teoría de Everett M. Rogers asegurando que el proceso es más complejo que la adopción de una idea, método o herramienta novedosa. Cees Leeuwis y Noelle Aarts describen un contexto posterior a los años 90 en el que se

plantea la “adopción” como un “proceso colectivo albergado en redes de actores independientes”, en lugar de verlo, como Rogers y sus seguidores, como “un proceso individual” (2011, p.23). Asimismo, estos académicos buscan ampliar el concepto de difusión más allá de “aquello que ocurre cuando una innovación está lista para difundirse” y colocar la fecha de inicio del proceso en el diseño “enfocándose en la difusión de un proceso de rediseño” (2011, p.23).

Ahora, si bien existen formas de ver la difusión de innovaciones de una manera más completa que la planteada por Rogers, esas formas no encajan con el objeto de estudio de esta investigación debido a que este documento se sitúa en un contexto de difusión completa. Es decir, la investigación no está interesada en entender el proceso de difusión en sí mismo, o la participación de los sujetos en el proceso previo a la adopción de la tecnología. En cambio, el objeto de esta investigación sí es identificar perfiles de usuarios una vez que encuentran la etapa final del proceso de difusión que es la adopción de la innovación, para poder diferenciar a los usuarios en perfiles y poder comparar los usos que dan al TI. Para este objetivo la definición instrumental de Rogers basta y sobra. En el contexto de esta investigación, nos referiremos únicamente a la adopción del teléfono inteligente y no al proceso de difusión en sí, y para ese objeto la teoría de Rogers es suficiente.

Una consideración de la teoría de Rogers es que la “decisión de adopción” de una innovación depende de cinco aspectos. La relativa ventaja de la herramienta en comparación con otras, la compatibilidad de las tecnologías con otras existentes, su complejidad percibida, la facilidad de prueba y los resultados observables. En este sentido “las innovaciones que son percibidas por la industria como más relativamente ventajosas, compatibles, probables y observables son adoptadas con mayor rapidez y aquellas percibidas como más complejas con más lentitud” (Rogers, 2003, p 53). Otro aspecto que facilitaría la adopción de una innovación, según Rogers, es el principio de heterofilia. Heterofilia “es el grado en que dos o más individuos que interactúan son similares en ciertos atributos,

creencias, educación, estatus socioeconómico, etc.” (Rogers, 2003, p. 56). De este modo, para Rogers es un “principio obvio de la comunicación humana que la transferencia de ideas ocurre con mayor frecuencia entre dos individuos que son similares, homofílicos” (Rogers, 2003, p. 55).

Un componente particularmente importante en la adopción de una innovación que me merece atención especial, son las estructuras sociales. El sistema social, en este contexto, se define como “un grupo de unidades interrelacionadas comprometidas en la resolución de un problema común para el logro de un objetivo común” (Rogers, 2003, p. 60). En el caso de esta investigación, ese sistema social sería la Pontificia Universidad Católica del Perú, ya que los estudiantes de pregrado de esta institución tienen el objetivo común de culminar sus estudios y compartir el mismo distintivo. Este tipo de sistemas sociales, para Rogers, da pie a la existencia de una estructura u “ordenamiento en patrones” en la que la difusión de una innovación puede facilitarse (2003, pp. 61-66). En este sentido, si bien “no todos los miembros de un sistema social tienen un comportamiento idéntico”, Rogers postula que sí están sujetos a una estructura “que da regularidad y estabilidad al comportamiento humano” (2003, p. 61). Dentro de una universidad, por ejemplo, el orden está referido a los roles que convocan a los asistentes, profesores, administrativos y estudiantes y la regularidad está sujeta al requerimiento de una permanencia física en un espacio determinado. Para Rogers, una estructura social desarrollada y jerárquica puede facilitar o impedir la difusión de una innovación (2003, p. 63).

En el estudio de innovaciones Everett M. Rogers también reconoció las limitaciones de su propia teoría. Por ejemplo, aseguró que en el esfuerzo por entender la compleja realidad que estudian “muchos científicos pueden caer en simplificaciones” que, a su vez, “pueden colarse en el paradigma intelectual y guiar el campo de estudio” (2003, p.143). Esta investigación hará un detalle de los posibles riesgos de interpretación en los que puede incurrir un investigador, con el

objeto de evitar estas simplificaciones y analizar con objetividad las respuestas de los sujetos de estudio.

Uno de los sesgos más frecuentes en el estudio de la difusión de innovaciones sucede cuando el investigador se convierte en promotor de una innovación y asume que éstas deben ser adoptadas, difundidas rápidamente y no deben ser reinventadas (Rogers, 2003, p. 143). Rogers asegura que muchos estudios de difusión asumen que “una innovación debe ser adoptada por todos los miembros de un sistema social, que debería ser difundida con mayor rapidez y no debería ser ni reinventada o rechazada.” (2003. p. 143). Un aspecto de este sesgo “pro-innovación” con el que se ha tenido mucho cuidado, es la tendencia a ver el proceso de difusión, una vez completado, como un proceso positivo (Rogers, 2003, p.156). Rogers alerta que en “los estudios en torno a porqué una innovación fue adoptada, en el método se prefiere trabajar con una difusión completa. En esa retrospectiva se asume que la difusión fue positiva” (Rogers, 2003, p. 156). En este punto en particular, la presente investigación busca evitar este sesgo entrevistando a sujetos que se encuentran en el último estadio del proceso de difusión y ya han adoptado la tecnología y hacen uso de ella. Precisamente, el aspecto central de la investigación gira en torno a un verbo desprovisto de carga positiva o negativa “uso” y se hace referencia a él con frecuencia, en las entrevistas para evitar guiar a los sujetos. En la comunicación con los sujetos también se ha tenido mucho cuidado en no asumir de una manera positiva o negativa el TI como innovación. Se reconoció, sí, el papel protagónico del uso de esta herramienta en la vida cotidiana de los sujetos que la adoptan y se buscó conocer las actitudes hacia la innovación por parte de un grupo de adoptantes.

Un segundo sesgo que destaca Rogers es el de la culpa individual o “la tendencia a estar de lado de las agencias que promueven la innovación en lugar de estar de lado de los individuos que son potenciales adoptantes” (Rogers, 2003. p. 158). Este sesgo también puede identificarse a la inversa, con actitudes por

parte de los investigadores de culpar al sistema o “la tendencia a responsabilizar al sistema de los problemas de miembros individuales.” (Rogers, 2003, p. 158). Este sesgo, de registrarse en una investigación, es especialmente pernicioso en la apreciación de los adoptantes tardíos o rezagados. Rogers asegura que estos adoptantes “son usualmente culpados individualmente por no adoptar la innovación y por ser mucho más tardíos que otros miembros del sistema. Estos individuos son considerados tradicionalmente resistentes al cambio o irracionales” (2003, p. 159). En el contexto de esta investigación no se asume la adopción del TI, o su uso, como un valor positivo o negativo y se ha tenido cuidado de no representar al adoptante tardío o al rezagado como “irracionales”. En el caso de los sujetos que caen en estos perfiles, si bien hay una decisión detrás de la “no adopción” de ciertos aspectos del TI, ésta no es negativa o significa un retroceso y tiene que ver más con el valor que aportan estos aspectos a sus vidas. Estos sujetos, hemos evidenciado, toman en consideración varios factores de valor agregado a la hora de adoptar o no aspectos novedosos del TI, y si deciden no adoptar algunos aspectos se debe, según sus respuestas, debido a que no han sido persuadidos de su valor. Esto no sólo no es negativo sino que involucra responsabilidad en ambas partes en el proceso de adopción.

Un tercer sesgo, identificado en estudios de difusión de innovaciones, tiene que ver con el recuento de la información y con la medición del tiempo de adopción por parte de los adoptantes (2003, p. 159). Mencionamos que los procesos de difusión suelen estudiarse mejor, una vez que estos han sido terminados, que es el caso de esta investigación. En este sentido, Rogers identifica como una debilidad de esta teoría “la dependencia en data producto del auto reporte por parte de los sujetos sobre la fecha de adopción de una idea nueva” (2003, p. 159). Este sesgo, en el caso de los jóvenes estudiados, no ha sido un problema mayor debido a que las fechas de adopción de sus teléfonos inteligentes se dieron dentro de un contexto social e institucional. En este sentido, en la encuesta muchos jóvenes colocaron el grado de secundaria que cursaban

cuando adoptaron su primer TI y utilizaron eso como punto de referencia para poder dar la edad aproximada. Lo mismo ocurrió con los cinco sujetos seleccionados para desarrollar las preguntas a profundidad en torno a la adopción y uso del celular, atar la memoria al modelo del teléfono inteligente y el grado académico que cursaban, estimuló la memoria para dar una edad aproximada de adopción.

El último sesgo que identifica Rogers tiene que ver con la equidad o “la tendencia de las innovaciones para incrementar la inequidad socioeconómica en cualquier sistema; sin embargo, se ha notado con mucha mayor frecuencia en naciones en desarrollo” (Rogers, 2003, p. 168). Este potencial prejuicio de la adopción del TI no está siendo abordado en esta investigación y uno de los factores que se ha utilizado para evitarlo es no incluir en la investigación a jóvenes que no cuenten con un TI. En este caso la no adopción o la inequidad en el acceso no es parte del objeto de estudio.

## **2.2. Perfiles de adoptantes del TI: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados.**

Un componente principal en la adopción de una innovación, es el tiempo. La capacidad para innovar para Rogers, por ejemplo, está determinada por la medida en que “una unidad de adopción es relativamente más temprana en la adopción de una nueva idea que otros miembros de un sistema” (2003. p58). En este sentido se desprende de la teoría de la difusión de las innovaciones que “los individuos de un sistema social no adoptan todos una innovación al mismo tiempo, sino dentro de una sucesión temporal ordenada” (2003, p. 58). Esta adopción es tan ordenada que incluso puede ser clasificada en perfiles de adoptantes, sobre la base del momento que comienzan a usar este objeto o idea nueva.

La capacidad de innovación, o relativa rapidez con las que una persona adopta una innovación como el TI, es la base para la identificación de cinco

perfiles de adoptantes de acuerdo a la teoría de la difusión (Rogers, 2003, pp. 324-336). Estos perfiles para Rogers configuran “tipos ideales” o “conceptos basados en la observación de la realidad y construidas a fin de efectuar comparaciones” (Roger, 2003, p.326). En este sentido, Rogers identifica cinco tipos ideales o perfiles diferenciados según su capacidad para adoptar innovaciones: **innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados** (2003, p 326). Estos perfiles son diferenciados entre sí por la relativa rapidez con que adoptaron la innovación, sus personalidades, sus características socioeconómicas y sus características comunicativas (Rogers, 2003, p.332). La capacidad para adoptar innovaciones para Rogers se define independientemente de la edad (2003, p. 332). La edad es, a su vez, un aspecto importante de lo que se quiere explorar en esta investigación: si la edad define la capacidad para innovar o condiciona el uso de una tecnología.

Dicho esto, dentro de la descripción del “tipo ideal” o el perfil de adoptante **innovador** que hace Rogers, su principal característica es la de ser aventureros por lo que suelen “apartarse del círculo local” para “establecer relaciones más cosmopolitas” (2003, p. 327). Entre las condiciones que debe cumplir se encuentra, primero, tener “el control de cuantiosos recursos financieros” y una “capacidad de entender y aplicar conocimientos técnicos complicados” (Rogers, 2003, p.327). También los define el entusiasmo y actitud positiva para “aceptar fracasos ocasionales” si la adopción de la innovación “no resulta afortunada” (Rogers, 2003, p. 327).

Continuando con el desarrollo de los perfiles de adoptantes: la principal característica del **primer seguidor** es ser “respetables” (Rogers, 2003, p.327). Conforman este perfil entonces aquellas personas a los que los “adoptantes potenciales buscan por consejos” y ocupan las “posiciones de mayor liderazgo en la mayoría de los sistemas” (Rogers, 2003, p. 327). Además, los primeros seguidores tienden a ser más “localistas” que los innovadores y no distan mucho del individuo promedio en su capacidad de innovar pero sí “personifican con éxito

el concepto y la apertura a las nuevas ideas” (Rogers, 2003, p. 328). Suelen adoptar las tecnologías, no necesariamente por entusiasmo propio sino por pragmatismo, para mantenerse por encima del promedio de adoptantes (Rogers, 2003, p. 328). Son una pieza importante en el proceso de difusión de las innovaciones.

El tercer perfil de adopción descrita entre los “tipos ideales” es el de **mayoría precoz**, que se caracteriza por ser “prudente” (2003. p.328). En cuanto a la rapidez con la que la mayoría precoz adopta una innovación, suele tomarse su tiempo, por lo que son el “eslabón del proceso entre los primeros y los posteriores adoptantes” (2003. p.328). Entre sus características personales se encuentra que suelen socializar pero “rara vez ocupan posiciones de liderazgo” por lo que Rogers los define como “voluntariosos pero raras veces guías” (2003. p.328).

El cuarto perfil de adopción identificado es la **mayoría tardía**, a quienes Rogers llama los “escépticos” debido a que al inicio suelen rechazar una innovación a menos que surja de una “necesidad económica o de presiones sociales” (2003, pp. 328-329). Y en cuanto a la rapidez con la que adoptan novedades, suelen hacerlo “poco después del individuo promedio del sistema social” ya que las “normas sociales deben inclinarse muy claramente por la innovación antes de adoptarlas” (Rogers, 2003. p.329).

Finalmente, el último perfil de adopción descrito por Rogers es la de los **rezagados**, a quienes cataloga como más “tradicionales”; ellos son los últimos en adoptar la innovación (2003, p. 329). Según Rogers, como característica general, “carecen casi por completo de liderazgo de opinión” e incluso “muchos viven aislados” (2003, p329). Suelen ser sospechosos del entorno de los innovadores y suelen tomar decisiones basadas en el ejemplo de generaciones anteriores con más frecuencia que en el de sus pares (Rogers, 2003, p. 329). En general, los rezagados adoptan la innovación ocurre cuando la difusión de la tecnología es absoluta y no adoptarla inhibe su posición en el sistema social (Rogers, 2003, p. 329).

### **2.3. Variables de uso del TI: representación de la persona, socialización y reconfiguración de la percepción del tiempo y el espacio.**

Uno de los propósitos de esta investigación es generar comparaciones en el uso del TI dentro de un grupo de estudiantes de pregrado dentro del mismo grupo demográfico. El TI es una tecnología de información y comunicación (TIC), en estudios de ciencias sociales, como el presente, el término hace más “énfasis en el aspecto social de la comunicación” que a aspectos relacionados a la tecnología en sí (Mackay, 2001. p. 109). Si queremos evaluar entonces cómo es utilizada esta TIC en jóvenes en edad universitaria, debemos incluir dimensiones psicográficas en nuestro análisis comparativo del uso del TI. Es importante entonces generar aportes sobre el uso del TI partiendo de variables psicográficas menos estudiadas con relación al TI como la **representación de la persona, socialización y la reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio**. Estas tres variables han sido utilizadas con éxito dentro de la sociología del individuo, la sociología de la vida cotidiana y estudios de ciencias sociales, respectivamente, relacionadas a nuevas tecnologías para contrastar hallazgos cualitativos. Contrastar los hallazgos en estos tres aspectos en un caso para cada perfil de adopción, no solo es novedoso sino importante para las ciencias sociales en el Perú urbano. Un esfuerzo que ayudará a entender mejor al usuario del TI entre los 18 y 24 años, aportando, a su vez, en el diseño de mejores productos de comunicación.

La primera variable teórica a desarrollar es la concerniente a **la representación de la persona mediante el TI**, tema sobre el cual Alain Ehrenberg teorizó de manera general al referirse a la existencia de una tendencia al culto al individuo en los sistemas sociales (citado en Martuccelli & Singly, 2012). Los individuos, dice Ehrenberg “están cada vez menos confrontados por una ley moral que los aplasta y están más y más sometidos a una prescripción permanente de *performance*, de éxito, de estar a la altura, de actuar sin desmayo

con lo mejor de sus capacidades” (citado en Martuccelli & Singly, 2012, p. 65). Este concepto de *performance* que propone Ehrenberg, trasladado al mundo digital hace referencia a la imagen del individuo que, al ser proyectada en diversas plataformas con conexión a internet, está sujeta a un escrutinio público permanente.

Esta *performance* digital también nos hace mirar hacia dos aspectos de **la representación de la persona a través del TI**, a tomar en cuenta. El primero es la **representación de sí mismo en distintas plataformas digitales** y el segundo es **la importancia de la percepción de otros** sobre esa representación (Martuccelli & Singly, 2012, p. 65). En el primer aspecto, **de la dimensión de la persona**, encontramos que el TI, y las distintas plataformas o APPS que dentro él se usan, empuja a los jóvenes a tomar decisiones sobre la representación de sí mismos ante los demás. El segundo aspecto, **de la importancia de la percepción de otros**, tiene que ver con cómo esa representación del ser es percibida por los demás y la importancia que tiene esta percepción para el sujeto que ofrece la *performance* (Martuccelli & Singly, 2012, p. 65). George Herbert Mead y Charles Taylor identificaron la necesidad de reconocimiento del individuo por parte de otro. Para Mead, este reconocimiento se da por etapas y “necesariamente comienza por la interiorización del punto de vista del otro sobre sí mismo (o el “self)” (citado en Martuccelli & Singly, 2012, p. 67). Charles Taylor coincide y asegura que la identidad no se elabora en aislamiento, sino que se negocia y en ese sentido, la identidad “depende vitalmente de las relaciones dialógicas con los otros” y uno mismo (citado en Martuccelli & Singly, 2012, p. 68). Finalmente, Martuccelli y Singly destacan la contribución de Peter Berger y Thomas Luckmann quienes proponen el concepto del Otro Significativo (2012, p. 69). El Otro Significativo se utiliza “para designar a los individuos que sostienen el yo por la conversación, validando o no la representación de sí mismo y del mundo” (citado en Martuccelli & Singly, 2012, p. 69). Es decir, podemos asumir que las conversaciones que sostienen los sujetos con otros son un buen indicador para determinar el valor que

los usuarios del TI dan a los comentarios de otros y cómo influyen en la construcción de esa representación digital.

La segunda variable teórica que utilizaremos como punto de comparación entre adoptantes es **la socialización mediante el TI**. En esta exploración del valor del TI dentro del aspecto comunicacional y social de las tecnologías de información y comunicación (TICs), no podemos dejar de lado su uso como herramienta para la socialización. Para identificar y describir las principales características de la socialización a través del uso del TI adaptaremos el concepto de “contacto” de la teoría de la vida cotidiana de Ágnes Heller (1977). Heller describe la vida cotidiana como “el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean posibilidades en la reproducción social” (Heller, 1977, p. 19). En este sentido, Heller plantea que si miramos más allá de todo lo que tenemos en común en la vida cotidiana de los “hombres” (como las necesidades biológicas) podremos llegar a “determinar nuevas variables que se despliegan por algún tiempo, y por lo tanto se desarrollan, o bien retroceden” (1977, p. 20). En este sentido, la variable compartida y perdurable en el tiempo que identificaremos en este estudio de jóvenes de pregrado de la PUCP es la **socialización a través del TI**.

Heller identifica dentro del proceso social (o socializador) tres aspectos claves: el contacto casual, el contacto habitual y el contacto relación que dependen del nivel de cohesión en el vínculo percibido por los sujetos (Heller, 1977, p. 266 - 272). Manteniendo esta valoración en el nivel de cohesión percibido por los sujetos, para efectos de esta investigación los aspectos de contacto casual, habitual y de relación serán descritos como de interacción con desconocidos, amigos y familiares respectivamente. La **socialización con desconocidos** se relacionará a las interacciones que se dan de forma natural o fortuita con terceras personas a través del TI y que se caracterizan por ser un vínculo de baja cohesión. En cuanto a la **socialización con amigos** a través del TI se identificarán las interacciones con terceras personas que se dan de forma

continua y fluida con un grado mayor de cohesión en el lazo que los vincula. Y, finalmente, en el aspecto de **socialización con familiares** se identificarán las relaciones con personas con las que el sujeto tiene un vínculo de cohesión alto ya sea por afectividad o intensidad de la relación. ¿Cómo se da este proceso de socialización, con desconocidos, amigos y familiares, en jóvenes de pregrado de la PUCP a través del TI? Es lo que esta investigación se propone descubrir.

Finalmente, la tercera variable destacada para el contraste de los casos de estudio es **la reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio mediante el uso del TI**. En estudios de ciencias sociales como el presente, que se enfoca en el uso, TICs Hugh Mackay recomienda prestar especial atención a la dimensión de espacio-tiempo (2001, p. 109). El postulado de Mackay es básicamente que “con la difusión y crecimiento de las TICs estamos experimentando una reconfiguración de la percepción del tiempo y el espacio” (2001, p. 109). Es decir, con la implementación de nuevas tecnologías a las redes de información “el tiempo y el espacio pierden significado e importancia en el diseño de la organización social y las interacciones” (Mackay, 2001, p. 110). Mackay sugiere que el tiempo y el espacio se aprecian como indivisibles en este tipo de investigaciones debido a que la “comunicación instantánea de las tecnologías electrónicas” está empujando a una experiencia “contraída del espacio y acelerada del tiempo” (2001, p. 110).

La premisa de reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio es adoptada en la mayoría de estudios sobre el uso y adaptabilidad a la vida cotidiana del TI de distintas formas y partiendo de distintos teóricos. Un estudio de Howard Rheingold sobre comunidades en Internet, por ejemplo, rescata que la “comunicación global y las comunidades han sido liberadas de las limitaciones de espacio características de las comunidades anteriores al Internet” (citado en Mackay, 2001, p. 112). Rheingold incluso llega a formular que el Internet genera un nuevo espacio basado en intereses en lugar de cercanía geográfica que a su

vez da pie a una “sociedad civil global” con una “conciencia compartida” (citado en Mackay, 2001, p. 113).

Un estudio en Chile, del 2016, aborda específicamente el impacto en la experiencia y percepción temporal espacial de los jóvenes con conexión a teléfonos inteligentes y servirá de marco teórico para la exploración de esta característica en el presente estudio. Para abordar “la dimensión espacio-temporal de las relaciones intersubjetivas identificadas” a raíz del uso del TI, Amigo, Bravo y Osorio adaptaron el concepto de tiempo y espacio que Alfred Shütz llamó “presente vívido” (citado en 2016, p. 117). El “presente vívido” es definido como “la dimensión espaciotemporal en la relación de los sujetos con las tecnologías en su cotidianidad” (2016, p. 122). Con este marco, el estudio chileno identificó que los jóvenes usuarios de teléfonos inteligentes experimentaron una “reducción de las distancias intersubjetivas; la fusión o transposición de los campos de acción: la continuidad y la constancia espacial” (Amigo, Bravo y Osorio, 2016, p. 131).

Otro concepto que vale resaltar en relación al impacto en la experiencia espaciotemporal de los teléfonos inteligentes es el de la hiperconectividad (Reig y Vílchez, 2013). Dolors Reig y Luis Vílchez definen el concepto de hiperconectividad como una realidad en que la información se comparte al mismo tiempo y sin límites de espacio y que para los jóvenes “está estrechamente ligada al Smartphone” (Reig y Vílchez, 2013, p. 17). En el contexto de esta investigación, el indicador de la variable hiperconectividad será el reporte de percepción temporal y espacial de los sucesos y las interacciones mediadas a través del teléfono móvil inteligente. Y el indicador de la variable “presente vívido”, definida como la percepción de la experiencia espacio-temporal de las interacciones entre las personas como si éstas se desarrollaran en simultáneo (citado en Amigo, Bravo y Osorio, 2016, p.122) será el auto reporte. Es decir, cómo se experimenta el tiempo y el espacio circunscrito a la interacción mediada por el TI.

## SEGUNDA PARTE: DISEÑO METODOLÓGICO Y PRINCIPALES HALLAZGOS.

### CAPÍTULO III. METODOLOGÍA MIXTA DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación utiliza una metodología mixta para estudiar el uso del teléfono inteligente (TI) de acuerdo a la identificación de cinco perfiles de adopción de esta innovación y tres variables de uso del TI descritas en el marco teórico. En este contexto la metodología mixta comprende el uso de herramientas de investigación cuantitativas -como la encuesta- y cualitativas -como la entrevista a profundidad- para lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno estudiado. El objetivo de usar esta metodología “no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.” (Hernández, Fernández & Baptista, 1991, p. 532)

El primer paso que se siguió fue identificar el problema de investigación y delimitar el objeto de estudio. Con este objetivo se revisó literatura escrita en otros países sobre el uso del teléfono inteligente y se encontró que las investigaciones desarrolladas sobre el tema comparaban el uso dado bajo características demográficas como la edad de los usuarios. Al encontrar abierta la posibilidad de hacer un estudio del uso del teléfono inteligente en usuarios de un mismo grupo etario se procedió a delimitar el objeto de estudio a un grupo con las mismas características demográficas para aislarla como variable del “uso del teléfono

inteligente". Es así como se delimitó el ámbito del estudio a jóvenes entre 18 y 24 años.

Para elegir la metodología se tomaron varios aspectos en consideración. Primero la necesidad de encontrar sujetos de las mismas características demográficas y socioeconómicas con usos claramente diferenciados del teléfono inteligente. Si bien esta investigación no busca la representatividad en sus resultados, la única manera de encontrar predisposiciones, claramente diferenciadas al uso del teléfono inteligente, era realizando una encuesta a un grupo relativamente amplio de personas. Entre la literatura revisada se encontraron varios estudios de actitudes y tendencias del teléfono inteligente con resultados diferenciados entre jóvenes de 18 a 24 años, por su estrato socioeconómico, ubicación geográfica y por grado de estudios. Por lo que se consideró que elegir una institución, que por la naturaleza de la actividad económica que realiza, reúna a sujetos de características etarias, socioeconómicas y geográficas similares. Es así como se escogió finalmente delimitar el ámbito de estudio de la presente investigación a jóvenes entre 18 y 24 años, estudiantes que acudan a un centro de estudios privado en Lima, Perú. Delimitando el espacio finalmente a estudiantes de pre-grado de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), ubicada en Lima, Perú.

La siguiente etapa de la investigación se enfocó en delimitar claramente las preguntas que la investigación se proponía responder. En este sentido se consideró que había que responder una pregunta general que llamaba a identificar la disposición hacia la adopción y los distintos tipos de uso del TI en un grupo de estudiantes de pre-grado entre 18 y 24 años. De esta pregunta se encontró que se desprendían dos interrogantes específicas que valía la pena responder. La primera en torno a la distribución de estudiantes de acuerdo a los perfiles de adopción del TI: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados. Y una segunda pregunta específica sobre las diferencias entre

los perfiles en cuanto a la representación de la persona, socialización en Internet y reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio a través del uso del TI.

La delimitación de las preguntas luego hizo más fácil que se establecieran objetivos claros de la investigación, que fueron fundamentales para delimitar el uso de las herramientas necesarias para obtener resultados que nos permitieran optimizar significados y dar mayor perspectiva. El primer objetivo fue encontrar a sujetos con usos claramente diferenciados de acuerdo a su actitud hacia la innovación teléfono inteligente, divididos en los perfiles innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados. El segundo objetivo fue encontrar las diferencias de uso del teléfono inteligente entre jóvenes de estas personas. Para lograr estos objetivos es que se determinó el uso de una metodología mixta que empleara herramientas cuantitativas para encontrar la distribución de los estudiantes y herramientas cualitativas para encontrar las diferencias en uso de acuerdo a tres categorías y así ilustrar los resultados dando un contexto y argumentación amplia para hacer la comparación.

El escenario elegido para realizar el estudio, la PUCP, cuenta con 20 mil estudiantes distribuidos en 11 carreras de pre-grado. Por lo que difícilmente se iba a lograr abarcar a todo el universo de estudiantes con una metodología mixta. Sin embargo, al no buscar la representatividad de los resultados sino la identificación de casos con actitudes diferenciadas del teléfono inteligente, se eligió una muestra de 113 estudiantes de cinco carreras distintas para hacer una encuesta. Las preguntas de la encuesta fueron elaboradas tomando en cuenta las actitudes hacia la adopción de la innovación teléfono inteligente, encontrando la distribución de perfiles dentro de un grupo de jóvenes con las mismas características demográficas. La encuesta se utilizó, primero, para encontrar a sujetos con usos claramente diferenciados que pudiéramos comparar con herramientas cualitativas como la entrevista a profundidad. La encuesta en sí, utilizó una fórmula para dar con los resultados y clasificar adecuadamente a los perfiles innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado (Tabla 1).

Para el componente cualitativo de la metodología mixta empleada, se eligió a un sujeto de cada perfil que previamente había sido clasificado como innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado. Luego se procedió a utilizar las características de uso del teléfono inteligente rescatadas en el marco teórico para elaborar las preguntas que conformarían el cuestionario para la entrevista a profundidad. Para la elaboración de la lista de preguntas se procuró que éstas tengan un fraseo y terminología abierta para permitir que los sujetos puedan expresarse sin dirección específica y con transparencia. Las respuestas luego fueron tabuladas y comparadas entre los cinco sujetos de acuerdo a cada característica de uso, para llegar a un análisis cruzado que permitiera una interpretación de los resultados que ilustran el fenómeno a profundidad.

Entre las razones por las que se destaca la utilización de la metodología mixta de investigación se encuentra la capacidad que ésta nos da para lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno. La capacidad de esta metodología para producir datos más ricos y variados mediante la multiplicidad de herramientas que además potenciaron la creatividad teórica por medio de procedimientos críticos de valoración para apoyar la solidez de la presente investigación científica (Hernández, Fernández & Baptista, 1991).

### **3.1. Problema y delimitación del objetivo de estudio.**

Haciendo un repaso de los principales hallazgos de estudios realizados en Estados Unidos, España y Chile se hace evidente la falta de investigación desarrollada sobre el uso de teléfonos inteligentes y jóvenes desde la perspectiva de las comunicaciones en el Perú. En nuestro país existe data cuantitativa sobre el uso de teléfonos inteligentes recabada por las principales empresas dedicadas a estudio de mercados. Una de ellas es Ipsos, que ha determinado que el 98% de los jóvenes entre 18 y 24 años en el Perú urbano se encuentra conectado a Internet mediante teléfonos inteligentes (2017). Pero esos estudios adolecen de un

complemento cualitativo que pueda ayudar a profundizar o dar luces sobre los diferentes usos que esos jóvenes hacen de esta tecnología en variables menos rígidas como las relaciones interpersonales. Una debilidad identificada en la data recabada por las encuestadoras y en los estudios citados en esta investigación, es que tienden a llegar a conclusiones generales sobre “los jóvenes”. Estas conclusiones, a su vez, usualmente se encuentran limitadas a un rango de edad de los sujetos de estudio, su ubicación geográfica o su nivel socioeconómico. Es en este contexto que surge entonces la oportunidad para generar comparaciones entre los usuarios del TI que superen los perfiles tradicionales.

En un esfuerzo por delimitar el objeto de estudio se ha determinado que la edad de los sujetos investigados sea estudiantes de pre-grado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, residentes de Lima Metropolitana entre los 18 y 24 años. Homologadas estas tres variables se echará mano a los perfiles de adoptantes que propone la teoría de la difusión de las innovaciones para encontrar en este grupo de jóvenes su distribución de acuerdo a los perfiles de adoptantes que propone Everett Rogers (2003, p. 311). Rogers propone los perfiles de innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados como cinco “tipos ideales”, “diseñados para hacer posibles comparaciones” (Rogers, 2003, p. 326). Estos perfiles de adoptantes, diferenciadas entre sí por sus actitudes hacia las innovaciones o “la rapidez comparada con la que adoptan ideas y objetos novedosos” serán aplicados a la adopción del TI (Rogers, 2003, p. 326). Posteriormente se utilizarán estos perfiles para comparar las diferencias en el uso del TI en cuanto a la representación de la persona, la socialización y reconfiguración del tiempo y espacio. Todo con el propósito de determinar la disposición hacia la adopción y los distintos tipos de uso que le da un grupo de jóvenes, estudiantes de pregrado, al TI independientemente de su edad, ubicación o nivel socioeconómico.

### **3.2. Preguntas generales de investigación.**

La pregunta general de esta investigación es:

- ¿Cuál es la disposición hacia la adopción y los distintos tipos de uso del TI en un grupo de estudiantes de pre-grado entre 18 y 24 años?

De la pregunta general se desprenden dos preguntas específicas que serán desarrolladas en esta investigación:

- ¿Cuál es la distribución de estudiantes, de pregrado de la PUCP que conforman un mismo grupo etario, de acuerdo a los perfiles de adopción del TI: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados?
- ¿Cuáles son las diferencias en cinco sujetos de estudio, uno por perfil de adoptante, en cuanto a la representación de la persona, su socialización en Internet y la reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio a través del uso del TI?

### **3.3. Objetivos del estudio.**

Los objetivos generales de esta investigación se centran en la respuesta de las preguntas trazadas:

- Encontrar la distribución de acuerdo a los perfiles de adopción del TI (innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados) en un grupo de estudiantes de pregrado de la PUCP del mismo grupo etario.
- Contrastar las diferencias en cinco sujetos de estudio, uno por perfil de adoptante, en la representación de la persona, socialización en Internet y

su reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio a raíz del uso del TI.

### **3.4. Metodología Cuantitativa.**

El aspecto cuantitativo de esta investigación tiene un propósito descriptivo debido a que se propone recabar información sobre la disposición a la adopción del TI en 113 estudiantes de pre-grado de la PUCP entre los 18 y 24 años. El instrumento seleccionado para este fin es una encuesta que consta de cinco preguntas elaboradas en generalizaciones sobre los perfiles de adoptantes de innovaciones de Everett M. Rogers (2003). Esta encuesta a 113 estudiantes servirá para determinar la distribución de los sujetos de acuerdo a cinco perfiles de adopción del TI: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados.

El procedimiento utilizado para el diseño y validación de la encuesta contó con tres etapas. La primera es la elaboración y diseño de las preguntas que identificarían a los cinco perfiles del adoptante de la innovación catalogada como TI. Se elaboraron cinco preguntas con cinco opciones de respuesta en cada una, además, de forma aislada, se preguntó la edad de adopción del primer TI como herramienta de control de los datos recabados. Las cinco preguntas fueron elaboradas considerando la rapidez relativa (en relación a sus pares) de adopción del TI, el nivel de entusiasmo y de riesgo dispuestos a tomar para adoptar novedades en esta tecnología, la frecuencia de renovación del equipo y el razonamiento económico detrás de esta renovación.

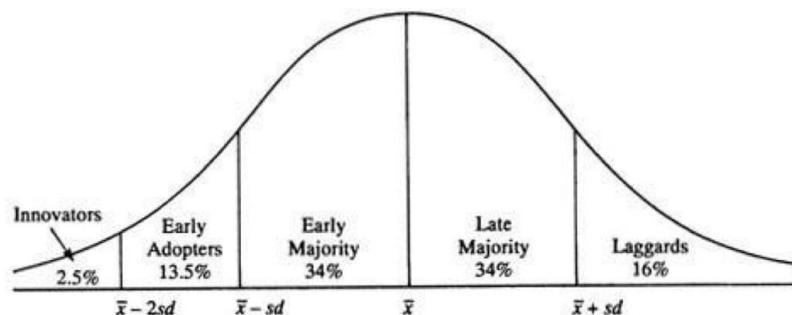
En torno a las técnicas de recolección de información utilizadas para la encuesta se seleccionaron, de forma aleatoria, cinco salones de clase de distintas facultades que contaban con estudiantes de pre-grado de la PUCP. La encuesta se aplicó a todo el salón al final de cada clase con la autorización del profesor. El ejercicio en cada salón duró en total entre 6 a 10 minutos aproximadamente. Antes

de distribuir las encuestas se leyó en voz alta la siguiente definición de TI “un teléfono móvil inteligente es un dispositivo que combina características de un teléfono móvil con los de un ordenador o computadora y cuenta con conexión a Internet mediante WIFI y/o plan de datos” (Apéndice A).

Posterior al recojo de la información por medio de la encuesta, se procedió a valorar las respuestas bajo una escala de puntaje del 1 al 5, de forma progresiva dependiendo de su actitud hacia la innovación o la adopción de novedades relacionadas al TI. Se calificó con **uno** a la respuesta que no mostraba disposición, **dos** a la respuesta que denotaba una disposición muy baja, **tres** a la respuesta que apuntaba a una disposición baja, **cuatro** a las respuestas de disposición alta y **cinco** a las de disposición muy alta a la innovación con respecto al TI. Los valores de acuerdo a las respuestas, se sumaban de la pregunta 2 a la pregunta 6, el puntaje mayor posible era **25** y el menor posible **cinco**. Estos valores no fueron determinados de forma arbitraria sino utilizando el “método para categorizar adoptantes” planteado por Rogers que propone que cada opción debe ser “exhaustiva... excluyente... y derivarse de un principio clasificatorio” (2003. p.324).

Para determinar el valor asignado a cada perfil (innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados) se utilizaron los parámetros de la curva de desviación estándar de Rogers (2003. pp. 317-329). El primer parámetro se refiere a la media de la muestra ( $\bar{x}$ ) y el segundo a la desviación estándar ( $\sigma$ ) “que mide la dispersión en torno de la media” (2003. p.325). Según la curva de Rogers, los innovadores son el 2,5%, los primeros seguidores el 13,5%, la mayoría precoz el 34%, la mayoría tardía 34% y los rezagados, el último 16% del universo total (2003, p. 225) (Gráfico 1).

**Gráfico 1.** Perfil de adoptantes sobre la base de su disposición para la adopción de innovaciones. Tomado de Diffusion of Innovations (Rogers, 2003. p. 325. Figure 7-3).



Aplicada la fórmula de Rogers a nuestros resultados de la encuesta, a la mayoría precoz le corresponde los valores entre  $[x]$  y  $[x + 34\%(x)]$  y a la mayoría tardía los valores entre  $[x]$  y  $[x - 34\%(x)]$ . Asimismo, a los rezagados les corresponden los valores menores a  $[x - 34\%(x)]$ , mientras que a los primeros seguidores, los valores entre  $[x + 34\%(x)]$  y  $[x + 13.5\%(34\%.x)]$  y a los innovadores, los valores superiores a  $[x + 13.5\%(34\%.x)]$  (Tabla 1). Según los resultados de la encuesta realizada, a 113 estudiantes de pre-grado entre los 18 y los 24 años de la PUCP, se determinó que la media ( $x$ ) es 13.1, la cual fue redondeada a 13 para la operacionalización, debido a que no hay valores decimales en la encuesta. Aplicando las fórmulas descritas se determinaron los valores para encontrar la distribución de la muestra, según los perfiles de innovador, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados. El perfil de innovador quedó identificado con un puntaje igual o mayor a **20**, los primeros seguidores con puntajes entre **17** y **20**, la mayoría precoz con puntajes entre **13** a **17**, la mayoría tardía con puntajes entre **nueve** y **13** y los rezagados con puntajes iguales o menores a **ocho** (cifras redondeadas) (Tabla 1).

**Tabla 1. Distribución de valores de acuerdo a los perfiles de adopción del TI para 113 estuadiers de pre-grado de la PUCP. Elaboración propia.**

Perfil	Media (x)	Desviación estándar	Fórmula	Fórmula aplicada	Rango Redondeado de Valores
Innovadores	13	2,5%	$[x + 13.5\%(34\%.x)] = \acute{o} <$	$20.20 = \acute{o} <$	$20 = \acute{o} <$
Primeros Seguidores	13	13,5%	$[x + 34\%(x)] \wedge [x + 13.5\%(34\%.x)]$	$17,42 \wedge 20,20$	17, 18, 19
Mayoría Precoz	13	34%	$[x] \wedge [x + 34\%(x)]$	$13 \wedge 17,42$	13, 14, 15, 16
Mayoría Tardía	13	34%	$[x] \text{ y } [x - 34\%(x)]$	$8,58 \wedge 13$	9, 10, 11, 12
Rezagados	13	16%	$[x - 34\%(x)] = \acute{o} >$	$8,58 = \acute{o} >$	$8 = \acute{o} >$

### 3.5. Metodología cualitativa.

El aspecto cualitativo de esta investigación comprende la realización de cinco entrevistas a profundidad a cinco sujetos, uno de cada perfil de adopción determinado previamente en la encuesta. El objetivo del uso de esta metodología es utilizar herramientas que permitan contrastar usos del teléfono inteligente en los perfiles de representación de la persona, la socialización y la reconfiguración del tiempo y espacio. En un primer momento se elaboró el cuestionario. Luego se identificó a los cinco sujetos de manera aleatoria y considerando diferencias personales como género, carrera de estudio y edad dentro del rango de 18 a 24 años. Y en un tercer momento, se procedió a recabar la información con entrevistas a profundidad en campo.

En la primera etapa se procedió a elaborar un cuestionario con preguntas a profundidad para la comparación de los perfiles de uso del TI, previamente delimitadas en el marco conceptual (Apéndice B). El cuestionario disponible en el Apéndice B, cuenta con dos partes bien estructuradas, la primera con preguntas factuales y de trayectoria a los sujetos, para medir las variables tradicionales

descritas como generalizaciones en la teoría de la difusión (Rogers, 2003. 332-336). Entre las preguntas factuales se pidió el nombre, edad y sexo, y en las de trayectoria, la edad de adopción del TI, historia de uso y los cambios realizados en uso del TI a nivel personal, de interacción y acceso a la información. En la segunda parte del cuestionario, se formularon preguntas relacionadas a los perfiles de estudio: la representación de la persona, socialización y reconfiguración del tiempo y espacio mediante el TI. Las preguntas correspondientes a la representación de la persona giraron en torno a la representación de sí mismo y la percepción de otros, sobre esa representación proyectada mediante el TI. Sobre la socialización en Internet mediante el TI se formularon preguntas en torno a la socialización con amigos, desconocidos y familiares ahondando en las modalidades, el significado y el valor de los encuentros en persona versus los encuentros digitales. Finalmente, el último grupo de preguntas abarcó la reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio mediante el uso del TI. En este espacio se hizo énfasis en el relato, de la experiencia de los sujetos en torno a los períodos de desconexión, intentos de censura en el uso del TI, la percepción de conexión con otros espacios en simultáneo y los efectos de esta conexión en su participación social.

En un segundo momento de la metodología cualitativa, y una vez determinados los valores de la encuesta de acuerdo a los perfiles de adopción de teléfonos inteligentes, se procedió a elegir un caso de estudio para cada perfil de la muestra de 113 estudiantes. Debido a que los casos de estudio corresponden a una muestra teórica, basada en los perfiles de adopción establecidos por la teoría de la difusión, se intentó comprometer en el estudio a jóvenes de distintas edades, facultades y géneros. Esta selección tuvo un componente aleatorio debido a que se envió la solicitud de entrevista a por lo menos 10 jóvenes y se tomó como referencia a los primeros cinco que respondieron a la comunicación y aceptaron los términos.

Como parte de la tercera etapa, se entrevistó a tres mujeres y dos hombres. Una mujer innovadora, una mujer primer seguidor, un hombre mayoría precoz, un hombre mayoría tardía y una mujer rezagada. Posteriormente, se les citó en un espacio neutral de la PUCP y se realizó la entrevista por el tiempo promedio de una hora. Cada entrevista y la información dada sobre algunos puntos y relatos de uso, fue validada con información de sus redes sociales a las que se tuvo acceso por un breve espacio, al final de cada entrevista. En los cinco casos, los estudiantes aseguraron que no sólo les había parecido reveladora la entrevista sobre sus propios hábitos, sino que les había invitado a una reflexión sobre el rol del TI en sus vidas.

La última etapa consistió en presentar los hallazgos de la investigación. Ésta consistió, primero, en elaborar descripciones de los “tipos ideales” para cada perfil, basados en la data recabada de las 113 encuestas aplicadas. En un segundo momento, se detalló la información recabada en cada variable de representación de la persona, socialización en Internet y reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio para las cinco entrevistas a profundidad. Y, finalmente, se contrastaron los hallazgos para cada perfil para encontrar coincidencias y diferencias en la data recogida.

### **3.6. Hipótesis de investigación: la edad no es determinante pero sí la actitud hacia la adopción de innovaciones en torno al TI.**

Las hipótesis de las cuales parte esta investigación exploran respuestas a las preguntas, general y específicas, planteadas partiendo del marco teórico, el estado del arte y las teorías utilizadas para el diseño de la investigación. En respuesta a la pregunta en torno a la disposición hacia la adopción y los tipo de uso del TI por parte de un grupo de estudiantes entre 18 y los 24 años, podemos trasladar generalizaciones de la teoría de la difusión de las innovaciones (Rogers, 2003). La primera de esas generalizaciones es que “los individuos de un sistema

social no adoptan innovaciones al mismo tiempo, sino dentro de una sucesión temporal ordenada” (Rogers, 2003, p. 311). Dicho esto, la primera hipótesis es que se encontrará una distribución heterogénea en las edades de adopción del TI entre los sujetos estudiados, a pesar de pertenecer a un mismo rango etario. Otra generalización de Rogers es que “los primeros adoptantes no difieren de los adoptantes tardíos en edades” (2003, p. 332), por ello se presume que la distribución en la edad de adopción del TI se explicaría por su actitud hacia el TI como innovación. Es decir, si bien se espera que los innovadores en promedio se inicien a una edad más temprana en el uso del TI en el rango etario estudiado, no quiere decir que un adoptante rezagado pueda ser más joven que un innovador. En este sentido, se sospecha también que la edad de adopción de los rezagados, al ser más resistentes a la adopción de innovaciones, será muy superior a la del promedio y serán los últimos en adoptar esta TIC.

Partiendo, además, de la suposición que los perfiles de adoptantes de innovaciones se distribuyen de más a menos predisposición para adoptar innovaciones, podemos suponer que los innovadores y los rezagados ocuparán los extremos de este espectro en nuestros resultados. Se espera encontrar también, como tipifica Rogers, que los innovadores serán los más entusiastas en torno a la adopción de novedades relativas al TI y los rezagados los más reticentes o indiferentes a éstas (2003. p.334). En esta línea se puede establecer que los innovadores gastan más en tecnología y renuevan sus equipos con mayor frecuencia que los demás, colocando a los rezagados como aquellos que renuevan cuando es absolutamente indispensable e impostergable (Rogers, 2003. p. 333). Se espera que los demás perfiles (primeros seguidores, mayoría precoz y mayoría tardía) caigan en una progresión lógica dentro de la distribución, mostrando menor reticencia que los rezagados, pero más cautela que los innovadores a las novedades del TI. A pesar de que los sujetos estudiados no se diferencian en nivel socioeconómico, se espera encontrar que los adoptantes más

tardíos presten más atención al aspecto económico del TI que los primeros seguidores al considerar su adopción (Rogers, 2003. p.333).

Pasando a la segunda pregunta específica de investigación que busca encontrar diferencias y similitudes en tres variables entre los perfiles de adopción de teléfonos inteligentes, podemos trasladar nuevamente, generalizaciones de la teoría de la difusión de la innovación. Estas tres variables son la representación de la persona, la socialización en Internet y la reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio a raíz del uso del TI. En la primera variable podemos intuir que los innovadores y primeros seguidores al ser “más empáticos” darán mayor importancia al “otro” en la construcción de una representación de sí mismo que la mayoría tardía y los rezagados mediante sus redes sociales (Rogers, 2003, p334). De esta generalización también se puede desprender que los adoptantes más tempranos buscarán, y darán más importancia, a alcanzar a un mayor número de personas con sus perfiles públicos en aplicativos. Desprendiendo conclusiones de Rogers sobre la personalidad de los adoptantes, también podemos intuir que los innovadores utilizan “referencias cosmopolitas” en mayor medida que los adoptantes más tardíos para la construcción de su representación de sí mismos mediante el TI (Rogers, 2003, p 334). En esta misma línea se puede sospechar que los rezagados y la mayoría temprana prestan más atención a la interacción con sus círculos más cercanos y menos a los públicos, para la construcción de una representación de sí mismos.

Sobre la variable de socialización a través del Internet mediante el TI, se puede llegar a las siguientes hipótesis. Mientras mayor sea la apertura hacia las innovaciones, mayor el nivel y número de interacciones significativas con desconocidos, amigos y familiares mediante el TI. Y en cuanto a “características comunicativas” se puede esperar que a mayor facilidad para adoptar el TI, mayor el nivel de socialización mediante este dispositivo con el entorno social (Rogers, 2003, p335). Estos factores de aceptación del riesgo y una mayor empatía, nos permiten intuir que los primeros adoptantes del TI tienden a socializar con mayor

facilidad y soltura a través de Internet mediante los teléfonos inteligentes que los rezagados (Rogers, 2003, pp 334-335). Una generalización que podría manifestarse a su vez, en un mayor celo por parte de los adoptantes tardíos con respecto a la privacidad en sus perfiles en aplicaciones debido a una mayor “percepción de falta de control sobre el futuro” trasladado al TI (Rogers, 2003, p. 334).

En torno a la tercera variable de reconfiguración de la percepción del tiempo y el espacio en los usuarios mediante el uso del Internet, podemos construir la hipótesis que mientras más temprano se adopte una innovación, mayor será la dependencia a ésta y mayor el tiempo que se vierta en ella. Por eso, suponemos que los innovadores pasan más tiempo conectados a sus teléfonos inteligentes que los demás usuarios y así sucesivamente, hasta llegar a los rezagados que, se asume, pueden permanecer por períodos más amplios sin conexión. Además, debido a que “los primeros adoptantes muestran actitudes menos adversas al riesgo” y tienden a ser “más positivos sobre su capacidad para controlar el futuro”, podemos suponer que los adoptantes tempranos no percibirían de manera negativa el uso prolongado de sus teléfonos inteligentes (Rogers, 2003. p. 334). Este factor podría significar también que existe una reconfiguración más subrayada hacia la percepción del tiempo y espacio en los primeros adoptantes hacia una experiencia que se condice con el “presente vívido” o hiperconectada (Amigo, Bravo y Osorio, 2016, Pg. 131). Mientras que los adoptantes tardíos tendrían a mantener una experiencia del tiempo y espacio menos hiperconectada y más ligada a las limitaciones físicas de espacio y de tiempo que las demás variables con menos escepticismo hacia la adopción de innovaciones. Incluso se puede suponer que los adoptantes tardíos (rezagados y mayoría tardía) tomen medidas indirectas, como el control de los espacios y lugares de conexión, para evitar que esta reconfiguración que ofrece como posibilidad el TI, influya en su experiencia del espacio y tiempo natural.

#### CAPÍTULO IV. PRINCIPALES HALLAZGOS SOBRE EL ESTUDIO DE ADOPCIÓN Y USO DEL TI EN ESTUDIANTES DE PRE-GRADO DE LA PUCP.

En esta etapa de la investigación se expondrán los hallazgos en torno a la data recogida en el trabajo de campo mediante una metodología mixta de investigación. Primero desglosaremos los resultados de la encuesta, que tuvo el objetivo de encontrar la distribución de estudiantes de acuerdo a sus perfiles de adopción del teléfono inteligente (TI). Esto permitirá elaborar una descripción general de cada uno de los perfiles innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz y rezagados, basada en los resultados obtenidos. Luego se detallarán los hallazgos para cada uno de los cinco casos de estudio correspondientes a cada perfil de adopción. Esto, a su vez, permitirá hacer un análisis cruzado en torno a las tres características elegidas para el análisis en esta investigación: representación de la persona, socialización por Internet y reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio.

##### **4.1. Distribución de perfiles de adoptantes de teléfonos inteligentes.**

Según la encuesta aplicada a 113 (81 mujeres y 32 hombres) estudiantes de pre-grado, se encontró que tres son innovadores, 17 primeros seguidores, 33 mayoría precoz, 55 mayoría tardía y 5 rezagados. La distribución de los encuestados, según la fórmula de distribución de difusión de las innovaciones de Rogers y Shoemaker (1971), se encuentra representada en el Gráfico 2.



Podemos identificar entonces que el 49% de sujetos que participó de la encuesta pertenece a el perfil mayoría tardía de acuerdo a sus actitudes en torno a las innovaciones del TI. Le siguen en número, la mayoría precoz con 29%, los primeros seguidores con 15% y a los extremos en espacios que podrían catalogarse como las excepciones, se encuentran los innovadores con 3% y los rezagados con 4%.

#### 4.2. Perfiles de adoptantes del TI.

Las respuestas a la encuesta, sobre adopción de innovaciones en torno a los teléfonos inteligentes, arrojó resultados que serán utilizados para elaborar descripciones de los perfiles de innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados. Estos perfiles resumirán las respuestas moda a cada una de las preguntas por parte de los 113 estudiantes de pre-grado de la PUCP entre 18 y 24 años.

Se tomarán en cuenta para el análisis, la edad promedio de adopción del primer TI establecida en la **Pregunta 1** y las respuestas moda a las preguntas de la 2 a la 6. La **Pregunta 2** hace referencia a las circunstancias de adopción del TI comparado con su entorno, la **Pregunta 3** a la frecuencia con la que se suele cambiar de equipo de TI y la **Pregunta 4** al riesgo económico que están dispuestos a asumir por la adquisición de novedades en torno al TI. Mientras que la **Pregunta 5** hace referencia a la actitud frente a las novedades del TI y la

**Pregunta 6** al nivel de inversión dispuesto a incurrir para la adquisición de un nuevo TI. Se descartaron para este análisis resultados en torno al género al no encontrar diferencias significativas en esta materia.

La Tabla 2 resume los valores promedio, según sus respuestas a la encuesta, usados para categorizar a los 113 estudiantes de pre-grado entre los 18 y 24 años de la PUPC según su disposición a adoptar el TI. En éste se observa el valor promedio, según las respuestas de las preguntas 2 a la 6, por perfil de adopción del TI, el promedio de la edad actual, la edad promedio de adopción y el número de sujetos que calzan en cada uno de los perfiles: innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados.

**Tabla 2. Atributos y edad de adopción promedio de teléfonos inteligentes en 113 estudiantes de pre-grado entre 18 y 24 de la PUPC. Elaboración propia.**

Perfil	Edad de Adopción Promedio del TI	Valor Promedio en la Encuesta	Edad Actual Promedio
Innovadores	12	20	18
Primeros Seguidores	13	18	21
Mayoría Precoz	14	14	21
Mayoría Tardía	14	10	20
Rezagados	17	7	21

Como se puede observar (Tabla 2), los innovadores tienen una edad actual promedio de 18 años, obtuvieron un valor promedio en la encuesta de 20 y adoptaron el TI por primera vez a los 12 años en promedio. En el caso de los primeros seguidores, adoptaron en promedio el TI a los 13 años, obtuvieron un valor promedio de 18 en la encuesta y su edad promedio actual es de 21 años. La mayoría precoz adoptó el TI a una edad promedio de 14, obtuvo un valor promedio de 14 en la encuesta y su edad actual promedio es de 21 años. Para la mayoría tardía el valor promedio obtenido en la encuesta es de 10, su edad de adopción

del TI es de 14 años y la edad actual promedio es de 21 años. Finalmente, en el caso de los rezagados, su edad promedio de adopción es de 17 años, obtuvieron un valor promedio de 7 en la encuesta y su edad actual es de 21 años.

#### 4.2.1. Innovadores.

Entre los tres sujetos, dos mujeres y un hombre, que obtuvieron un valor igual o superior a 20 en la encuesta, de acuerdo a su perfil de adopción de teléfonos celulares, y que catalogamos como innovadores, podemos afirmar que tienen la edad de adopción del TI más joven, con un promedio de 12 años de edad. Además, estos innovadores se encuentran entre los primeros de su entorno social en haber adquirido un TI, eligiendo cambiar de equipo cada dos años, así el que tengan aún se encuentre en funcionamiento. Los innovadores esperan que los equipos o accesorios nuevos salgan al mercado para ver si vale la pena comprarlos pero suelen emocionarse cuando descubren que existen funciones nuevas que consideran creativas y novedosas disponibles para sus teléfonos celulares. Finalmente, los innovadores suelen comprar el equipo más actualizado que pueden costear así se excedan un poco de su presupuesto. (Tabla 3).

**Tabla 3. Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes innovadores del TI. Elaboración propia.**

<b>Respuestas de los Innovadores</b>
Adoptó su primer teléfono a los <b>12 años.</b>
Se encuentra <b>entre los primeros</b> de su sistema social en adoptar el TI.
Cambia de equipo <b>cada 2 años.</b>
Su actitud hacia las novedades del TI es estar <b>atento a desempeño del mercado.</b>
Su actitud hacia las aplicaciones nuevas es de <b>emoción ante la novedad.</b>
Asume un <b>costo elevado</b> por innovaciones en trono al TI y <b>suele exceder su presupuesto.</b>

#### 4.2.2. Primeros seguidores.

De los 17 estudiantes (15 mujeres y dos hombres), con un valor entre 17 y 20 en la encuesta, catalogados con el perfil de primeros seguidores, podemos decir que la edad promedio de adopción del TI es 13 años, un año más que los innovadores. Según sus respuestas, los primeros seguidores coinciden con los innovadores en que se encontraban entre los pocos que tenían teléfonos inteligentes cuando adquirieron su primer equipo y en que procuran comprar el teléfono más actualizado que pueden costear, así se excedan en su presupuesto. Sin embargo, difieren de todos los demás perfiles, en tres aspectos. El primero es que sólo cambian su TI cuando éste comienza a tener fallas o su uso es molesto. El segundo es que cuando se trata de un nuevo producto en el mercado, sólo lo compran si consideran que tiene alguna función que les interesa mucho o muchas personas a su alrededor les han comentado sus beneficios. Finalmente, el tercer punto en el que su perspectiva es única, es que les gusta enterarse de nuevas aplicaciones, pero sólo las bajan si es que ven que funcionan como se espera (Tabla 4).

**Tabla 4. Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes primeros seguidores del TI. Elaboración propia.**

<b>Respuestas de los Primeros Seguidores</b>
Adoptó su primer TI a los <b>13 años</b> .
Se encuentra <b>entre los primeros</b> de su sistema social en adoptar el TI.
Cambia de equipo <b>cuando el TI falla</b>
Su actitud hacia el TI es de <b>estar atento a las novedades y al relato de sus pares</b> .
Su actitud hacia las aplicaciones es de mantenerse <b>al tanto de novedades</b> .
Asume un <b>costo elevado</b> por innovaciones en trono al TI y <b>suele exceder su presupuesto</b> .

### 4.2.3. Mayoría precoz.

En el perfil mayoría precoz, encontramos a un total de 33 estudiantes con valores en la encuesta entre 13 y 17 (8 hombres y 25 mujeres) con una edad promedio de adopción del TI de 14 años. Según sus respuestas promedio, la mayoría precoz cambia de TI sólo cuando el anterior comienza a fallar y su uso se hace molesto. Cuando se trata de nuevos lanzamientos o productos relacionados al TI, si alguno llama la atención a la mayoría precoz ellos esperan a que salga en oferta para comprarlo. Además, cuando cambian de equipo tratan de elegir un TI práctico que haga todo lo que quieren sin exceder su presupuesto. Finalmente, la mayoría precoz coincide con la mayoría tardía en que adquirieron su primer TI cuando la mayoría de sus amigos ya lo usaban y en que se enteran de nuevas aplicaciones compatibles a sus TI cuando la mayoría ya lo está usando y no tenerlas limita su participación o comunicación con ellas (Tabla 5).

**Tabla 5. Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes mayoría precoz del TI. Elaboración propia.**

<b>Respuestas de la Mayoría Precoz</b>
Adoptó su primer TI a los <b>14 años.</b>
Adoptó el TI con <b>la mayoría de su sistema social.</b>
Cambia de equipo <b>cuando el TI falla.</b>
Su actitud hacia las novedades del TI es <b>esperar ofertas para adquirirlo.</b>
Su actitud hacia las aplicaciones es de <b>enterarse con la mayoría</b>
Asume un <b>costo intermedio por innovaciones</b> en torno al TI y <b>espera ofertas.</b>

### 4.2.4. Mayoría tardía.

De la data recabada en la encuesta, 55 (19 hombres y 36 mujeres) estudiantes, obtuvieron valores entre 10 y 13 correspondiente a el perfil mayoría tardía. Este grupo coincide en edad de adopción del TI, con la mayoría precoz: 14

años. También comparte con la mayoría precoz que la mayoría de sus amigos ya tenían TI cuando lo obtuvieron y que se enteran de las aplicaciones nuevas cuando todos a su alrededor ya las están usando y no tenerlas obstaculiza su interacción con el entorno social. La mayoría tardía también comparte con el perfil de los rezagados, tres respuestas moda. Coinciden entonces en que cambian de equipo cada vez que el anterior se malogra, gastan lo menos posible en renovarlo y no suelen estar atentos a nuevos modelos o productos para el TI (Tabla 6).

**Tabla 6. Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes mayoría tardía del TI. Elaboración propia.**

<b>Respuestas de la Mayoría Tardía</b>
Adoptó su primer TI a los <b>14 años</b>
Adoptó el TI con <b>la mayoría de su sistema social.</b>
Cambia de equipo <b>cuando el TI falla</b>
Su actitud hacia las novedades del TI es <b>no prestar atención a nuevos lanzamientos.</b>
Su actitud hacia las aplicaciones es <b>enterarse con la mayoría.</b>
Asume un costo bajo por innovaciones en torno TI y se mantiene <b>dentro del presupuesto.</b>

#### **4.2.5. Rezagados.**

Finalmente, en la data recabada de 5 estudiantes rezagados (2 hombres y 3 mujeres), encontramos una edad de adopción del TI muy posterior a todos los demás sujetos del universo encuestado (113 estudiantes de pre-grado) con 17 años. Ese dato es significativo debido a que la edad media de estos sujetos es la misma a la edad media de los primeros seguidores y la mayoría temprana, descartando que se trate de una diferencia en edad. Los rezagados difieren de todos los demás en que cuando adquirieron su primer teléfono celular se encontraban entre los pocos de su entorno que no lo tenían y en que, por lo general, no les gusta bajar aplicaciones nuevas y sólo lo hacen cuando éstas son indispensables o muy necesarias. Por lo demás, coinciden con la mayoría tardía

en que no suelen estar atentos al lanzamiento de nuevos productos relacionados al TI, en que cambian de TI cuando el anterior dejó de funcionar o se les pierde y en que, al cambiarlo, gastan lo menos posible (Tabla 7).

**Tabla 7. Respuestas promedio de los encuestados categorizados como adoptantes rezagados del TI. Elaboración propia.**

<b>Respuestas de los Rezagados</b>
Adoptó su primer TI a los <b>17 años</b>
Se encuentra entre <b>los últimos</b> de su sistema social en adoptar el TI.
Cambia de equipo ante una pérdida total del TI.
Su actitud hacia las novedades del TI es <b>no prestar atención a nuevos lanzamientos.</b>
Su actitud hacia las aplicaciones es de <b>reticencia a novedades.</b>
Asume un <b>costo nulo por innovaciones</b> en torno al TI.

#### **4.2.6. Análisis cruzado de los perfiles de adoptantes.**

En general, sobre la distribución de estudiantes de los 113 estudiantes de pre-grado de la PUCP que conforman un mismo grupo etario, se puede decir que existe una tendencia hacia el uso del TI como una herramienta funcional. Cerca de la mitad de los usuarios (55), conforma la mayoría tardía y es escéptica y poco dispuesta a invertir en aplicaciones nuevas para teléfonos inteligentes. Por otro lado, se evidencia un número bastante bajo de rezagados, algo que nos da una idea de lo importante que es para esta población específica, estar conectada. No se encontraron estudiantes que no puedan participar de la encuesta a no contar con TI. En este grupo etario de pre-grado, no usar un TI significa, inclusive, no poder acceder a material de clase o participar de trabajos grupales según lo expuesto por los cinco casos consultados.

La encuesta realizada también permite comparar las respuestas promedio de los 113 estudiantes de pre-grado con respecto a su disposición a la adopción del TI y las novedades relacionadas a él. Con el objetivo de hacer una

comparación detallada, la Tabla 8 hace una síntesis de las respuestas de la encuesta de acuerdo a los cinco perfiles de adopción: innovadores, primeros seguidores, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados, incluida la edad de adopción del TI.

**Tabla 8. Respuestas moda por perfil de adopción de los TIs a las preguntas 1-6 de la encuesta aplicada a 113 estudiantes de pre-grado de la PUPC. Elaboración propia.**

<b>Características</b>	<b>Innovador</b>	<b>Primer Seguidor</b>	<b>Mayoría Precoz</b>	<b>Mayoría Tardía</b>	<b>Rezagado</b>
<b>Pregunta 1: Edad de adopción</b>	12 años	13 años	14 años	14 años	17 años
<b>Pregunta 2: Contexto de adopción</b>	Entre los primeros	Entre los primeros	Entre la mayoría	Entre la mayoría	Entre los últimos
<b>Pregunta 3: Frecuencia de cambio de equipo</b>	Cada 2 años	Cuando el equipo falla	Cuando el equipo falla	Cuando el equipo falla	Ante pérdida total.
<b>Pregunta 4: Actitud hacia novedades del TI</b>	Atento a desempeño del mercado.	Atento a si es novedoso y al relato de pares.	Espera ofertas para adquirirlo.	No presta atención a novedades.	No presta atención a novedades.
<b>Pregunta 5: Actitud hacia aplicaciones nuevas.</b>	Emoción ante la novedad.	Se mantiene al tanto de novedades.	Se entera con la mayoría	Se entera con la mayoría.	Reticente a aplicaciones nuevas.
<b>Pregunta 6: Costo asumido por innovación</b>	Excede presupuesto	Excede presupuesto	Espera ofertas.	Dentro de su presupuesto.	No destina presupuesto.

Comenzando con las respuestas a la pregunta 1, existe una progresión ascendente en la edad de adopción de los sujetos que se correlaciona con el perfil de adoptantes del TI. Mientras más temprana la edad de adopción, mayor y mejor disposición muestra el sujeto para seguir adoptando novedades, años después. En cuanto a los perfiles de adopción del TI, llama la atención que el perfil de mayoría temprana, si bien es la mayoritaria, funciona como bisagra entre la

mayoría precoz y los rezagados, al no tener ningún atributo único entre los perfiles. La mayoría tardía comparte con la mayoría precoz, primero la edad de adopción del TI (15 años) y que la mayoría de sus amigos ya contaban con TI, cuando ellos lo adquirieron. Además, también comparten que adquieren aplicaciones nuevas sólo cuando no usarlas limita su participación social. En cuanto a las características compartidas con los rezagados, éstas tienen que ver más con comportamientos económicos, como elegir cambiar de celular sólo cuando éste se malogra o pierde, su indiferencia a los lanzamientos de productos y su tendencia al ahorro. Ser innovador o no, también es una cuestión de dinero y de tener actitud para asumir el costo de la innovación, como adoptar una tecnología que no sea útil.

En cuanto a otras variables, vemos que los innovadores, primeros seguidores y mayoría precoz, tienen el mayor número de atributos únicos. Por ejemplo, los innovadores destacan en su entusiasmo por las aplicaciones y equipos celulares nuevos, mientras que los primeros seguidores destacan en que les gusta conocer qué pasa pero analizan si es funcional invertir en equipos nuevos y la mayoría precoz sólo invierte cuando está segura que es lo que se le promete. Para los tres es importante invertir en los mejores equipos aunque, mientras los innovadores y primeros seguidores no escatiman precios, la mayoría precoz tiene un presupuesto y analiza sus posibilidades en torno a él.

#### **4.3 Trayectoria de uso del TI y personalidad de un sujeto de estudio por perfil de adoptante.**

En esta etapa de la investigación se procedió a contactar a cinco estudiantes que participaron de la encuesta para realizar entrevistas que permitan profundizar sobre el uso que le dan al TI. Se utilizó la técnica de entrevista a profundidad para la elaboración de las preguntas. A su vez, las preguntas giraron en torno a su trayectoria de uso y a tres variables de análisis: la representación de

la persona, la socialización mediante Internet y la reconfiguración de la percepción del tiempo y el espacio a raíz del uso del TI. En esta etapa de la investigación se procederá, primero, a hacer una descripción de los sujetos de estudio en torno a actitudes generales hacia el TI. Finalmente se describirá el uso de teléfonos inteligentes en cada caso de estudio en torno a las tres características ya detalladas. Participaron en esta etapa tres mujeres y dos hombres de distintas facultades de pre-grado de la PUCP entre 18 y 24 años (Tabla 9).

**Tabla 9. Características de los cinco sujetos seleccionados por perfil de uso del TI. Elaboración propia.**

Sujetos de estudio	Perfil de adopción.	Edad	Edad de Adopción	Sexo	Carrera
<b>XRP</b>	Innovadora	18	12	Mujer	Comunicación Audiovisual
<b>IDRC</b>	Primera Seguidora	21	13	Mujer	Publicidad
<b>CABR</b>	Mayoría Precoz	23	14	Hombre	Ingeniería Informática
<b>JGV</b>	Mayoría Tardía.	21	14	Hombre	Economía
<b>DMMR</b>	Rezagada	19	17	Mujer	Contabilidad

La Tabla 10 da detalles sobre el uso de redes sociales mediante el TI por parte de los sujetos, esto brinda un contexto de análisis sobre la disposición a adoptar novedades y utilizar la herramienta para la comunicación y acceso a información en la vida cotidiana. Vemos claramente que mientras más innovadora la actitud hacia la adopción de novedades en el teléfono celular, mayor el número de redes sociales en uso activo y frecuente por los sujetos.

**Tabla 10. Uso reportado de redes sociales mediante el TI por parte de los cinco casos estudiados a profundidad. Elaboración propia.**

RR.SS.	Innovadora	PS	MP	MT	Rezagada
<b>Facebook:</b>	<b>Uso bajo</b>	<b>Uso alto</b>	<b>Uso medio</b>	<b>Uso bajo</b>	<b>Uso bajo</b>

Perfil público	No	Sí	No	Mixto	Mixto
Seguidores	No activado	No activado	No activado	No activado	No activado
Fotos	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Videos	No	Sí	No	No	No
Historias	No	No	No	No	No
Compartir	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>Messenger</b>	<b>Uso bajo.</b>	<b>Uso medio.</b>	<b>Uso alto.</b>	<b>Uso medio.</b>	<b>Uso bajo.</b>
Con amigos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Desconocidos	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Familiares	No	No	No	No	No
<b>Instagram</b>	<b>Uso alto</b>	<b>Uso alto</b>	<b>Uso bajo</b>	<b>No usa</b>	<b>Uso bajo</b>
Perfil público	Sí	Sí	No	-	No
Seguidores	1000 +	3000 +	100 +	-	100 +
Fotos	Producidas.	Producidas.	No postea.	-	Personales
Videos	No.	Producidos	No	-	No
Historias	Social	Profesional	Social	-	Familiares
Mensajes	A conocidos.	Desconocidos	A conocidos.	No	No
<b>SnapChat</b>	<b>En desuso.</b>	<b>No</b>	<b>No</b>	<b>No</b>	<b>No</b>
<b>Whatsapp</b>	<b>Uso muy alto</b>	<b>Uso muy alto</b>	<b>Uso alto</b>	<b>Uso medio</b>	<b>Uso bajo</b>
Videollamada	Sí	Sí	No	No	No
Con amigos	Sí, mucho.	Sí, mucho.	Sí, mucho.	Sí, medio.	Sí, poco.
Desconocidos	No	No	No	No	No
Familiares	Sí, medio.	Sí, mucho.	Sí, medio.	Sí, poco.	Sí, poco.

#### 4.3.1. Trayectoria de uso del TI de los cinco sujetos de estudio.

La primera parte de la entrevista a profundidad a los cinco sujetos de estudio, arrojó información general en torno a la trayectoria de uso de cada adoptante. Esta información da indicios sobre sus actitudes hacia la innovación TI dentro de su perfil de adopción: innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado.

**XRP** tiene 18 años, un Iphone 7, es **innovadora** y adquirió su primer TI cuando tenía 12 años y desde entonces ha tenido cuatro de este tipo, cambia de equipo cada dos años aproximadamente y utiliza su TI para conectarse a todas las redes sociales de moda. Cada vez su uso es más especializado del TI convirtiéndolo en una mini máquina de producción al contar con aplicaciones para edición de video, foto y audio que utiliza con frecuencia para producir contenido. Entre el 2015 y el 2016 asegura que adoptó de manera prematura redes como Messenger o Snapchat pero que poco a poco las ha ido dejando porque “ya nadie las usa”. Sus perfiles son mixtos; por ejemplo, su perfil de Facebook es sólo para amigos mientras su perfil de Instagram es público.

**IDRC** tiene 21 años, usa un Iphone 6, estudia en el noveno ciclo de la carrera de publicidad, es una **primera seguidora** y sobre su primer TI cuenta que lo obtuvo cuando estaba en segundo año de secundaria a los 13 años; el TI era un Blackberry con conexión a datos. En esa época su prioridad en el uso del TI era estar conectada con sus amigos mediante chat pero que ahora lo considera una importante herramienta de trabajo. “Yo trabajo creando contenido y administrando redes sociales de varias marcas de una empresa, entonces estoy conectada todo el día respondiendo mensajes en Instagram,” asegura IDRC. En total permanece conectada a la pantalla TI 4 horas y media al día y lo desbloquea un promedio de 914 veces; esto lo sabe debido a que la última actualización del sistema operativo (IOS), le permite medir el tiempo que pasa conectada a su dispositivo.

**CABR** tiene 23 años y es parte de la **mayoría precoz**. Su primer TI fue un Blackberry a los 15 años cuando ingresó a la universidad, no lo pidió, lo heredó de sus padres y desde ahí cambia de teléfono cada año y medio aproximadamente, debido a que sus padres tienen un plan corporativo. Posee un Iphone SE y asegura que no volvería a Android porque ve este teléfono como “más resistente”. Asegura no usar tanto el TI pero reconoce que comenzó a usarlo más cuando migró a Iphone debido a que tiene más funciones y aplicaciones interesantes para él. Por ejemplo, menciona que su tipo de uso también ha cambiado en el tiempo debido a que la universidad ha mudado el formato de lectura del físico a digital, accede a su material de clase a través del TI. Calcula que su uso del TI oscila entre dos a tres horas diarias.

Según la encuesta de adopción de teléfonos inteligentes realizada, **JGV**, de 21 años, pertenece a el perfil **mayoría tardía**. Obtuvo su primer TI a los 15 y reflexiona que postergó tenerlo lo más que pudo porque no lo consideraba necesario. Tuvo que sentir que su celular era prácticamente obsoleto y que carecía de las funciones mínimas para animarse a cambiar a un TI. Adquirió el TI basándose en criterios de funcionalidad: “para poder tomar fotos con una mejor cámara”. Actualmente utiliza Android y cambia de celular cada dos años básicamente por pérdida o robo aunque calcula que no cambiará de TI nuevamente hasta que “se vuelva obsoleto o no funcione bien”, debido a que “ya no roban, así que no hay necesidad.” En el uso asegura que su tiempo conectado al TI no pasa de media hora a la vez. No cuenta con plan de datos debido a que tiene Internet en la casa y en el trabajo.

**DMMR** tiene 19 años y cae en el perfil de los **rezagados**. Su primer TI lo obtuvo a los 15 años y fue un regalo de cumpleaños heredado cuando llegó un momento en el que se sentía “desactualizada” entre sus amigos, por no tenerlo. Recién a los 17 se bajó Whatsapp sin que le parezca tan importante porque cuando entró a la universidad se “volvió una necesidad”. No tiene una frecuencia de cambio de equipo estándar sino que lo cambia cada vez que éste deja de

funcionar por completo. En cuanto a las aplicaciones de redes sociales tiene Facebook para ver noticias, Whatsapp para comunicarse con amigos e Instagram recientemente para “ver qué hacen los demás”, aunque asegura que se baja la aplicación y la borra “porque me llena la memoria” del TI.

#### **4.3.2. Características de personalidad de cada sujeto de estudio.**

El siguiente recuento de características de personas por sujeto no se encontraba dentro de los objetivos de la investigación y no está detallada dentro del marco conceptual; sin embargo, se rescató de las respuestas de los entrevistados. Ante la necesidad de clasificar esta información subjetiva, en torno a características personales, es que se ha agregado un espacio especial para detallarla. La sospecha es que esta información puede servir de sustento para explicar algunas de las actitudes hacia la adopción y uso del TI que no se encuentran justificadas dentro del marco conceptual trazado.

**XRP** tiene perfil de adoptante **innovadora** del TI y es cosmopolita y aventurera. Abrió la entrevista con un “no podría vivir sin el celular, es parte de mí, lo necesito y sé que también necesito saber controlar su uso” aunque luego aclara que no siente “que sea malo” estar mucho tiempo conectada porque también es estudiosa y tiene buenas notas. También utiliza términos en inglés con frecuencia y asegura fijarse “más en lo que pasa a nivel internacional”, refiere estar atenta a la vida de los famosos y prefiere artistas y contenido extranjeros. Se evidencia que disfruta y se emociona con su actividad “online” a través del TI tanto así que ve en este medio oportunidades de vida y trabajo. Por ejemplo, reporta que algún día quisiera ser “influencer”. Al ser comunicadora asegura tener afición por la fotografía y el contenido audiovisual. Tiene un hermano mayor con el que se lleva bien y asegura tener una familia con padre y madre presentes y pendientes de ellos.

**IDRC** tiene un perfil de adoptante **primera seguidora** y es líder, entusiasta y conectada localmente. Esta primera seguidora tiende a liderar los espacios en los que se comunica a través de las redes sociales. En cuestiones de personalidad se considera muy sociable y busca ser útil a los demás en todo momento, a través de redes sociales. Hay chicas que incluso le escriben por el contenido que genera y le piden consejos y ella les responde. Es maquilladora y muchos de los trabajos que ha conseguido han sido mediante su cuenta de redes sociales a la que accede en el TI. Le gusta y es optimista sobre el uso del TI, aunque sí reconoce que las personas andan mucho más conectadas que antes al punto de describirlos como “zombies”. Admite también un grado alto de dependencia al TI ya que muchas veces se conecta a Internet sólo para hacer “scroll (en redes sociales) sin hacer nada particularmente interesante”. Pero no considera que pueda hacer nada para evitarlo porque su relación con los aspectos más importantes de su vida están ahí. Asegura venir de una familia donde su padre y su madre trabajan y tiene un hermano con el que se lleva bien.

Con una personalidad que tiende a la seguridad y la lógica, **CABR** pertenece a la **mayoría precoz**. Estudia ingeniería informática en la PUCP y sabe mucho de la parte técnica del TI, las redes sociales, cómo funcionan, sus dueños, sistemas y los algoritmos que utilizan para cruzar información y utilizarla con fines comerciales. Este nivel de entendimiento sobre la tecnología que utiliza -asegura- que lo ha hecho cauto y proclive a tomar medidas de seguridad en redes sociales. El utiliza muchos filtros de seguridad en el uso de sus redes sociales a través del TI y es consciente de los riesgos que éstas suponen, al mismo tiempo que sabe que no puede evitar su uso. Pero asegura que no lo lleva a excesos ya que de igual forma hace uso de la tecnología, sólo que con mejor control de privacidad y dando la menor cantidad de información real sobre él, a los sistemas. En general es sociable, asegura tener una hermana menor y una familia constituida en la que su padre y su madre trabajan y son profesionales.

Cuidadoso y escéptico en torno al uso del TI **JGV** es parte de la **mayoría tardía**. En general es un usuario funcional del TI, sólo adopta los cambios cuando éstos son necesarios o prácticos y solucionan un problema para él. Todas las decisiones que toma en torno a él son altamente racionales y casi siempre cuando es la última opción: fue la última opción renovar y fue la última opción unirse a Whatsapp o Facebook, por ejemplo. Asegura que se conecta a través del TI porque le hace sentirse más eficiente, porque le ahorra tiempo. Es tradicional en su perspectiva del uso de las redes sociales y siente que es un lugar en el que se expone, por lo que trata de publicar lo menos posible y sólo comenta los posts de sus amigos. Vive con su hermana y sus padres en su casa y asegura tener buena comunicación con ellos. El TI, dice, lo hace sentirse más y mejor informado que antes. Sólo usa Whatsapp para comunicarse, y Facebook, para noticias. No confía y suele sospechar de lo que lee en la información que le llega a través de su TI. Le gusta estar informado y sigue varios medios de comunicación y periodistas para estar al tanto de las noticias.

De perspectiva tradicional, **DMMR** es **rezagada**, no cuenta y no ha contado nunca con un plan de datos porque cree que no es necesario y le incomoda cuando las personas revisan el TI todo el tiempo. Sin embargo, su actitud hacia la adopción del TI no evita que sea una joven alegre, conversadora y extrovertida pero con valores muy tradicionales que atribuye a sus padres. Asegura que sus padres son “mayores”, tiene un hermano y viven juntos, ambos trabajan y son profesionales. No le gusta cuando la gente se conecta con mucha frecuencia y menos si es que lo hacen cuando se encuentran con otras personas, lo considera de mala educación. Dice que tiene varios grupos de amigos y disfruta juntarse con ellos en la universidad en sus ratos libres aunque a algunos no los vea con tanta frecuencia porque los conoció en generales y ella estudia contabilidad y ya no comparte tantos cursos. Le cuesta conectar con sus nuevos compañeros y por eso busca en los huecos, a sus amigos en otras facultades para juntarse.

#### **4.4. Representación de la persona: proyección de sí misma y percepción de otros a través del TI.**

En este perfil presentaremos los hallazgos en los cinco casos de estudio seleccionados (innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado) en cuanto a la representación de la persona mediante el TI. En este perfil se detallará el auto reporte sobre la proyección de sí mismos de los sujetos en redes sociales a través del TI y su conciencia sobre la percepción de otros a esa imagen proyectada a través del mismo medio.

##### **4.4.1. Innovadora: la puesta en escena.**

**XRP** es **innovadora** en cuanto a la proyección de sí misma en redes sociales asegura colocar en su perfil público, además de su edad, que le gusta bailar, el estilo de vida saludable y la actuación.

**-Perfiles:** Sobre sus fotos de perfil asegura que en Whatsapp cambia de foto todas las semanas, mientras que la foto que tiene en Facebook es la misma hace tres años y la foto de perfil de Instagram la cambia cada ciertos meses. **XRP** asegura que para ella es muy importante que la imagen que proyecta de sí misma y, por ende, que la foto de perfil la represente “porque da una imagen pública” de ella a los demás. Asegura que a pesar que sus perfiles son públicos siente que Instagram es más íntimo y ordenado que Facebook, donde su perfil es privado o sólo para amigos. En Instagram publica historias hasta tres veces al día sobre las personas con las que está y las cosas que está haciendo.

**-La mirada del otro:** Sobre la percepción de otros en Internet a través de redes sociales, asegura que “antes” le importaban mucho los likes pero ahora valora más tener contenido, que su Instagram esté “ordenado”, y tener más seguidores. Su atención se centra al cien por ciento, en los seguidores e incluso se ha puesto la meta de llegar a los mil seguidores (meta que alcanzó) y que su

cuenta “se vuelva popular” porque le gustaría algún día “trabajar en medios.” Considera que “si desde ya tengo mi cuenta de Instagram popular”, si trabaja en un canal o una radio, puede sumar que tenga bastantes seguidores y ser *influencer*. En Facebook asegura no hacer publicaciones, sólo comparte publicaciones de otros que le parecen graciosas, como un meme. No le gusta hacer declaraciones políticas o polemizar en redes sociales. En cuanto a los comentarios, dice que nunca ha recibido un comentario “hater” y que si recibiera un mensaje así no le daría importancia, además, asegura que probablemente sea una cuenta robot. No genera contenido en función de likes, sino en función de la imagen de sí misma que quiere proyectar y que ha identificado en perfiles de otras cuentas populares.

**-Producción de contenido:** XRP ha implementado distintas estrategias de producción de contenido y publica historias en Instagram y a veces comparte contenidos en Facebook. Asegura poner mucho trabajo en las fotos que publica para se vean profesionales, las edita previamente tratando el color y otros aspectos, cuando tiene tiempo trabaja varias para cuando se encuentre ocupada. Produce contenido para sus redes sociales e incluso organiza sesiones de fotos con “outfits” distintos para publicar en Instagram una vez por semana, porque sabe que “algún día (su perfil público) puede servir laboralmente”. Reconoce que invierte tanto tiempo y esfuerzo en nutrir sus redes sociales con contenido de calidad debido a que su objetivo es que la perciban como apasionada por la fotografía y porque quiere generar seguidores y, a largo plazo, ser *influencer*. Sin embargo, reconoce que su afán por seguidores no la lleva a extremos ya que cuida mucho su imagen y no publica fotos inapropiadas o en bikini, porque sabe que esos son “likes” y “seguidores” fáciles. Sobre la información y las fotos que publica asegura que ella busca que proyecten la imagen de ser una “chica tranquila” por lo que no publica fotos en ropa de baño y prefiere las fotos que la muestren sonriendo y exhiban su rostro “no tanto el cuerpo”. En Facebook no publica fotos.

#### 4.4.2. Primera seguidora: el ser como líder.

La representación de la persona mediante el TI en el caso estudiado de la **primera seguidora IDRC** se podría decir que éste es un aspecto muy importante para ella debido a que considera la información que publica parte de su perfil profesional. Es maquilladora, tiene dos mil seguidores haciendo lo que hace y asegura que recibe muchos comentarios positivos de chicas que quieren aprender a maquillarse o que les gustaría recibir ayuda. Para ella Instagram es una cuenta de trabajo porque maneja la suya, donde sube fotos de las chicas que maquilla, sus tutoriales y fotos de ella misma maquillada, y desde donde maneja las cuentas de Instagram de otras tres empresas.

**-Perfiles:** Asegura que no cambia sus fotos de perfil con tanta frecuencia y que intenta que éstas se vean lo más natural posible. A pesar de ser maquilladora, considera que la foto de perfil es como una foto de currículum y debe ser natural. Sus fotos de portada, asegura, que tampoco las cambia con frecuencia pero sí piensa bien cómo quiere tomarlas antes de subirlas, asegura que no sube cualquier foto porque hay que mostrar lo mejor.

**-La mirada del otro:** Sobre la percepción de otros sobre su imagen, asegura que es importante para ella que la perciban como auténtica, “me gusta que me vean como una chica profesional en lo que hago, que se vea pulcro, limpio, que se vea mi estilo, mi personalidad y que soy segura de mí misma”. Antes, “cuando no existía Instagram”, dice **IDRC**, le daba mucha importancia a los “likes” de Facebook “porque sentía que mientras más likes tenía, más le gustaba a la gente como persona”. Asegura incluso que “a veces publicaba algo y sí veía que tenía muchos likes lo seguía haciendo” pero dice que eso ya no sucede en Facebook pero sí en Instagram donde busca “llegar a cada vez más gente” y que su trabajo guste. “Es importante que cuando gente nueva llegue vea muchos likes en mis publicaciones” dice **IDRC**. Los seguidores también son importantes para ella, considera que un seguidor es un respaldo a su trabajo y por eso los valora

“siento que son una red que va a hacer que mucha gente me siga, la red más importante es Instagram”, asegura. De todo, lo más valioso para **IDRC** son los comentarios a sus publicaciones porque asegura que ahí se ve el verdadero compromiso y la retroalimentación de los demás a la imagen que proyecta, especialmente les da importancia si son comentarios positivos. Asegura haberse sentido afortunada de no haber recibido comentarios negativos aunque sí lo ha visto en otras personas y ha discutido un par de veces por insultos a otros pero luego, cuando se dio cuenta que “no gana nada”, dejó de hacerlo. Se podría decir que califica como una especie de influencer en crecimiento debido a que ya tiene tres mil seguidores, hace sorteos y se contacta con clientes potenciales mediante Instagram.

**-Producción de contenidos:** La estrategia de **IDRC** tiene una alta relación con expectativas profesionales. A la par con el trabajo como community manager para varias marcas, dos de ellas que pertenecen a su madre, estudia publicidad y maneja su cuenta personal como maquilladora en la que publica a diario, con estrategia y valores de producción. Suele colgar fotos de su maquillaje, consejos de maquillaje que a ella le gustan. Si bien sus fotos de perfil son más “al natural”, en el “feed” pueden ser con bastante maquillaje, asegura que la foto de perfil es con un maquillaje más neutral “quiero que me vean como soy en todas mis redes”. También publica historias, fotos y videos tutoriales tanto en Instagram como en Facebook aunque hace la distinción que Facebook es más para amigos e Instagram más para trabajo. Procura que sus fotos se vean bien y siempre las piensa y produce antes de tomarlas o hacerlas pero nunca sube fotos de cuerpo entero o “subidas de tono.” En Facebook también comparte información pública relacionada al trabajo pero no tiene la posibilidad habilitada para seguirla a menos que seas su amiga, asegura que una vez por semana en Facebook comparte algo gracioso, nunca político. Tiene muy marcados los usos y potenciales de cada red social manejada a través del TI ya que su sueño es llegar a tener su propia marca, con su nombre. Por eso trata la cuenta de Facebook como una futura cuenta de su

perfil como maquilladora “Instagram está bien para fotos pero no se puede subir mucha información, por eso prefiero Facebook”.

#### **4.4.3. Mayoría precoz: estar seguro antes de ser.**

En el caso de el perfil de **mayoría precoz CABR**, al inicio dijo no prestar atención a la imagen que proyecta en redes sociales a través del TI, pero al plantearle toda creación de perfiles requiere decisiones, aseguró que sí las toma, pero en resguardo de su seguridad. **CABR** es estudiante de informática y como característica personal, al margen de sus características como mayoría precoz, está al tanto de los usos, algoritmos y peligros de un mundo digitalizado.

**-Perfiles:** En el caso de **CABR** aseguró poner información falsa en los registros de los perfiles de las cuentas que se crea en aplicativos o redes sociales, dejando como data real únicamente su nombre. Yendo al fondo de la representación de sí mismo, aseguró que cada vez que cambia de foto de perfil escoge la que considera será fácil que la gente lo reconozca. Cada dos años cambia de foto y coloca la misma en Whatsapp, Instagram y Twitter. Sobre su imagen, asegura que le gusta transmitir ser “alguien tranquilo” porque “no soy tan alocado, nunca he buscado fotos haciendo cosas bizarras”. La intención, dice **CABR**, es que cualquier persona que no lo conoce y vea su perfil, pueda reconocerlo si se encuentran personalmente “quiero que vean que es la misma persona.”

**-La mirada del otro:** sobre la percepción de otros sobre la imagen que proyecta, asegura que si no son sus amigos o familiares, lo tiene sin cuidado. Considera que los likes le son intrascendentes aunque desde hace un tiempo asegura ser muy cuidadoso con las cosas a las que le da “like”. Cuenta que pasó un mal rato cuando “el simple hecho de darle like a una noticia sobre la comunidad LGTBI le generó comentarios públicos y llamadas de atención por parte de un primo” que piensa distinto. Esto acarreó luego problemas con sus padres y ahora

se mide en las cosas que comenta o comparte a las que puedan tener acceder familiares que “no entienden bien el tema de fondo”. Siguiendo con este punto aseguró que no es importante amasar seguidores y sólo sigue grupos de acuerdo a sus intereses, aunque también ha tenido problemas por seguir a grupos de la universidad con ideas que no son compartidas por su familia, el caso específico fue seguir a un grupo que apoyó a un estudiante transexual. Este tipo de reacciones adversas ha provocado que no quiera comentar mucho o participar en discusiones públicas y que tenga que hilar fino cuando publica información que para él es relevante. Esto le ha generado aún mayor pasividad en sus interacciones públicas, convirtiéndose más en espectador que actor por esta vía.

**-Producción de contenido: CARB** dice ser muy cuidadoso con lo que publica en Internet, incluido el TI. Al entender de informática conoce bien los riesgos de publicar información personal en este medio. Incluso asegura que aplica estrategias para “engañar” a los buscadores y las empresas dueñas de las principales aplicaciones como redes sociales para que no puedan trazar vínculos entre sus perfiles y sus publicaciones. Por ejemplo, sabe que Facebook compró Whatsapp por lo que no coloca su teléfono en la primera red social para que la empresa no asocie su perfil de Facebook a sus comunicaciones mediante mensajes de Whatsapp. Entiende bien los “algoritmos de reconocimiento de usuario” y está atento a dar información que no coincida entre aplicaciones y mantener sus cuentas separadas. Tiene Instagram, pero no suele publicar muchas fotos, a veces publica historias cuando está con amigos o ve algo interesante, pero asegura que rara vez sale él en ellas. En Facebook o Instagram sí publica cosas que considera graciosas y cada vez que comparte cosas, discrimina entre los niveles de seguridad.

#### 4.4.4. Mayoría tardía: el ser reservado.

**JGV** es el caso de estudio correspondiente a el perfil **mayoría tardía**, se le preguntó sobre la proyección de sí mismo en las dos redes sociales que utiliza Facebook y Whatsapp. En primer lugar, asegura, que su perfil en Facebook es reservado para “amigos” aunque sí coloca en público las noticias que comparte de medios de comunicación o de otras publicaciones. Debido a que usa Facebook para leer noticias tiene público en su perfil en los medios y las páginas que sigue, también sigue a artistas, medios de comunicación, producciones de series o películas que le gustan.

**-Perfiles:** En cuanto a su foto de perfil asegura que procura elegir la foto que más le guste “en las que estoy feliz y sonriente”. No suele cambiar con frecuencia su foto (dos veces al año) y sólo cuando ve que está muy antigua, “estoy esperando un cambio radical para subir otra” dijo sobre un posible cambio.

**-La mirada del otro:** Sobre la percepción de otros sobre sí mismo a través del TI, **JGV** aseguró que no le da importancia a los likes, el simple hecho de compartir la información que él considera relevante (muchas veces esto quiere decir preocupante), es suficiente. Cuando publica fotos asegura que el interés es para sí mismo y no le importa si tiene acogida entre sus amigos, sí se “siente bien” cuando ve que comparten sus artículos debido a que percibe que “hay gente preocupada como yo”. Asegura no generar muchos comentarios en sus fotos o publicaciones pero que eso lo tiene sin cuidado, no tiene activada la opción de seguidores tampoco y no está interesado en que extraños lo sigan. Asegura que si algún día activa la opción de seguidores será cuando borre de su perfil fotos personales y deje sólo información pública, algo que hasta ahora no hace. Sobre si algún comentario adverso alguna vez le ha generado preocupación, asegura que sólo uno que otro comentario sarcástico de amigos. Por lo demás, no comenta mucho en publicaciones porque le “da asco cuando la gente se insulta”,

especialmente si son cuentas “fake”, este tipo de reacciones hacen que no quiera hacer público su perfil y prefiera mantener su privacidad.

**-Producción de contenido:** Publica fotos de manera esporádica, cuando lo hace asegura que le gusta que proyecte que se encuentra en un “ámbito académico” con sus compañeros de estudio, en contraste, asegura, no publicar mucho ni de sus amigos ni de su familia, no le ve el sentido a compartir información personal. En general no produce contenido, sólo lo comparte cuando le es de interés o representa alguna causa que apoya. Comparte mucha información sobre “atropellos del Estado a la ciudadanía”, noticias que no pasan localmente, que lo impactan y siente que “se deben difundir”. No tiene Twitter o Instagram. Whatsapp lo utiliza para chatear y Facebook para compartir denuncias. Sigue páginas de información local en Facebook, grupos de música, series, actores, artistas y películas para enterarse de lo que publican.

#### 4.4.5. Rezagados: ser analógico.

**DMMR**, de el perfil **rezagada**, si bien considera que los likes, seguidores o comentarios no son importantes, sí valora las fotos de perfil y trata de mostrar “su mejor cara”. Tiene niveles altos de privacidad y muy pocos amigos o seguidores en sus redes sociales, por lo que no publica con frecuencia, pero es observadora y visita sus redes sociales a través del TI.

**-Perfiles:** Sobre la proyección de sí misma a través del TI, **DMMR** asegura que las fotos que publica sí son importantes. En líneas generales, asegura que intenta subir fotos de perfil que muestren su “mejor cara para que los demás perciban que estás bien.” Aunque asegura que le gusta usar la misma foto en todas sus redes sociales y que la cambia poco, sólo cuando le provoca.

**-La mirada del otro:** Sobre la percepción de otros sobre ella, asegura que no le da importancia a los desconocidos, pero sí a los amigos y lo que ellos puedan comentar o las cosas que les puedan gustar. Dice no importarle tener

seguidores y que en Instagram tiene un nivel alto de seguridad y no deja que personas que no conoce o que conoce poco, la sigan. Incluso asegura que no le gusta seguir a personas que publican cosas vulgares y los elimina si ve que comienzan a publicar cosas “subidas de tono”. No le da mucho interés a comentarios, a menos que se traten de temas noticiosos y ahí sí le gusta revisar qué piensan las personas que conoce sobre determinados temas. Dice burlarse de los comentarios agresivos, pero no le gusta comentar, incluso asegura sólo hablar con personas en privado por Whatsapp y no responde a mensajes por Messenger o Instagram.

**-Producción de contenido:** No publica en Instagram, sólo entra para “ver qué hacen los demás”, en líneas generales no le gusta publicar fotos. En las ocasiones que sí ha subido fotos a sus RR.SS., ha procurado que no sean de cuerpo entero, sólo de su cara o mostrando que es “estudiosa”. No suele publicar fotos con amigos, aunque recientemente ha comenzado a mostrar algunas con su familia en Instagram e incluso algunas historias con su sobrina, debido a que su cuenta en Instagram es privada y tiene cerca de 100 seguidores. Su cuenta en Facebook es pública, por lo que no sube fotos con frecuencia. En general, tiene un consumo pasivo y poco participativo de las redes sociales y asegura que se siente bien con el poco acceso que tiene a generación de contenidos, likes, seguidores o comentarios, ya que cuando sí publica lo hace para su círculo más cercano de amigos. Tiene Facebook, Instagram y Whatsapp pero no Twitter.

#### **4.4.6. Análisis cruzado de la variable representación de la persona.**

En líneas generales, se identifica en los cinco sujetos, un nivel alto de reflexión en el proceso de decisión en torno a la foto que eligen para representarlos como personas mediante el TI. Los cinco perfiles, innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados, procuran exponer su “mejor cara” a la sociedad por este medio y dan importancia a que se les perciba

de este modo como auténticos. En la Tabla 11 se hace una comparación en torno a las respuestas dirigidas a el uso de sus perfiles, la importancia de la mirada del otro y el nivel de producción de contenido por sujeto.

**Tabla 11. Cruce de respuestas en torno a la representación de la persona mediante el TI por parte de los cinco casos de estudio. Elaboración propia.**

Rep. de la persona	Innovadora	Primera Seguidora	Mayoría Precoz	Mayoría Tardía	Rezagada
<b>Perfiles</b>	Cambia de foto con frecuencia. Busca que la foto la represente como imagen pública y profesional.	Elige la foto más "natural" y profesional. No las cambia con frecuencia y tiene fotos distintas en cada red social de acuerdo a objetivos.	Pone la misma foto en todas sus RR.SS cada 2 años. El criterio es que le reconozcan fácilmente. Por seguridad tiene información falsa.	Elige fotos en las que más guste y en la que esté "feliz y sonriente". No las cambia con frecuencia.	Usa la misma foto de perfil para todas sus redes sociales. Es importante que perciban con ella que "está bien".
<b>La mirada del otro</b>	Quiere ser influencer y por eso le importan los seguidores y los likes, pero da menos importancia a comentarios.	Le importan los seguidores, los likes y en especial los comentarios. Quiere ser percibida como "auténtica" y profesional.	No tiene seguidores. Le importa la opinión de amigos y familia. Ha recibido críticas por sus publicaciones.	No tiene seguidores. No comenta por rechazo a comentarios negativos. Comparte sin pensar en "likes."	No tiene seguidores. Le importa lo que piensen sus conocidos. Lee comentarios para enterarse pero no suele comentar.
<b>Producción de contenido</b>	No genera contenido por los likes sino la imagen que quiere proyectar. Quiere ser influencer. Tiene mil+ seguidores.	La calidad es alta debido a expectativas profesionales. Publica a diario en varios formatos y redes. Tiene más de 3000 seguidores.	Es cuidadoso con lo que publica por críticas de su entorno. Busca autenticidad, ser visto como "tranquilo". Publica pocas historias.	Solo sigue cuentas para informarse, comparte y apoya causas. Publica fotos esporádicas del ámbito académico.	No produce contenido. Publica selfies y fotos con familia en modo privado. Entra a RR.SS. para mirar.

Como se puede identificar en la Tabla 11, existe una premeditación en la imagen de perfil que sigue estándares sociales, basados en un “sentido común” que usan de guía para no proyectar la “imagen equivocada” de ellos mismos. En este sentido la imagen que proyectan es considerada como la más cercana a valores de autenticidad. Son concientes además de la mirada de los demás y ésta influye y regula lo que comparten de sí mismos, en sus niveles de privacidad y cómo perciben las interacciones públicas con los demás. Yendo a las diferencias se nota una estrategia premeditada y hasta profesional de la proyección personal, en los perfiles de los casos de estudio innovador y primera seguidora. Sin embargo, mientras la innovadora mira por estándares de calidad y profesionalismo en el extranjero, la primera seguidora tiene fotos de chicas locales maquilladas y presta más atención a los comentarios sobre su trabajo, para mejorar su contenido. La consecuencia es que la primera seguidora es vista como una líder por quienes la siguen y le piden consejos y hasta la contratan, mientras que la innovadora aún no encuentra el camino para superar las metas que se ha propuesto en cuanto a seguidores. Finalmente los innovadores y primeros seguidores se diferencian de los demás en que tienen una persona pública que quieren proyectar, mientras la mayoría precoz, tardía y rezagada sólo quiere compartir su imagen con las personas de su entorno social.

En cuanto al perfil y la percepción de los demás en los otros seguidores, se evidencia en el caso del sujeto mayoría precoz, un conflicto entre quién es y lo que piensa políticamente, y lo que puede decir o proyectar en sus redes sociales. Asegura querer ser natural pero también que ha dejado de expresarse sobre algunos temas por temor a que lo malinterpreten sus familiares. La presión del entorno ha sido decisiva en su comportamiento en este sentido. Mientras que en el caso de la mayoría tardía siente indiferencia por lo que puedan comentar de él, pero sí siente una expectativa por encontrar pares intelectuales que “se preocupen” por las cosas que a él preocupan y sus publicaciones van más en ese sentido. El caso de rezagado mantiene todos sus perfiles privados y rara vez

publica y hasta se siente más cómoda no participando, debido a que no quiere dar una imagen superficial de sí misma. Tanto el sujeto mayoría tardía y la rezagada consideran más importante dar una imagen pública de personas preocupadas académicamente que una imagen social.

Finalmente, mientras la innovadora y la primera seguidora invierten recursos, tiempo y energía en producir y programar contenido para sus redes sociales, el usuario mayoría precoz, tardía y la rezagada no le ven valor a hacer el esfuerzo. En los primeros dos casos, el contenido tiene objetivos profesionales a mediano y largo plazo, y en los últimos tres, no exigen objetivos en ese sentido que los motiven a cambiar la intensidad de su participación en RR.SS. o mediante el TI.

#### **4.5. Socialización mediante el TI con amigos, desconocidos y familiares.**

En este perfil presentaremos los hallazgos en los cinco casos de estudio seleccionados (innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado), en cuanto a la socialización mediante el TI. Se detallará el auto reporte sobre las dinámicas de socialización con amigos, desconocidos y familiares, así como el nivel de significación de estas interacciones para cada uno de los sujetos estudiados.

##### **4.5.1. Innovadora: optimizar la socialización mediante el TI.**

Algunos hallazgos generales en la variable socialización en Internet que podemos detallar es que el perfil de **innovadora** es que **XRP** disfruta de su tiempo conectada mediante el TI con su entorno social.

**-Socialización con amigos mediante el TI: XRP** asegura que tiene “un montón de grupos, la mayor parte de coordinación” que, asegura, facilitan y agilizan los trabajos que tiene que hacer para la universidad. En los grupos de

amigos cercanos suele tener conversaciones significativas con frecuencia y naturalidad, no manda tantos mensajes sino graba audio y hace video llamadas para poder conectar mejor con ellos. A pesar de esto, no utiliza las llamadas telefónicas, a menos que sean el último recurso. Sin embargo, sí agrega que por personalidad no comenta las cosas familiares que le pasan, con amigos, más las cosas buenas y, en excepciones, cosas malas que pasan en la universidad. Asegura que quiere mantener su comunicación positiva con ellos sin dejar de ser significativa o profunda en su visión de compartir con su entorno vía TI. Por ejemplo, sí suele contar cuando “sufro con un curso de administración” y sí habla con amigos en busca de apoyo emocional y grupal. Cuando es algo más importante hace llamadas por Whatsapp o video llamadas. Además, dice que suele hacer video llamadas por Whatsapp cuando está aburrida o se dispone a hacer un trabajo, incluso busca leer conectada con una amiga o amigo en la misma situación para acompañarse. De igual forma, prefiere las interacciones en persona que las virtuales “soy amante de mi celular pero sí me gusta hablar físicamente con las personas porque a veces son más serias por el teléfono y en persona son un mate de risa” dice **XRP**.

**-Socialización con desconocidos mediante el TI: XRP** asegura que sí ha establecido contacto con algunas personas con las que, en la mayoría de casos, suele corroborar que existe un vínculo con una persona que sí conoce. A veces, dice, “los chicos se consiguen mi celular a través de alguno de los grupos a los que pertenezco”, entonces le contesta al chico y si no le gusta, deja de hablar con él, o si nota que tiene otras intenciones le habla de forma cordial. Asegura nunca haber tenido una conversación o interacción significativa con desconocidos a través del TI.

**- Socialización con familiares mediante el TI: XRP** asegura que toda su familia tiene un nivel alto de conexión mediante este dispositivo. Observa a su familia en distintas redes sociales pero asegura no interactuar con ellos ahí. Sí tiene grupos de Whatsapp con sus familiares y ahí sí suele interactuar con

frecuencia, especialmente con su hermano a quién, asegura, ve poco, así vivan juntos, debido a que trabaja y tiene otros horarios. Declara, además, no sostener conversaciones o interacciones significativas con sus familiares, son más charlas sobre lo que hacen, mandan fotos, preguntan dónde están o cuáles son los planes. Con su mamá, en persona, asegura sí hablar mucho pero dice “no soy de hablar cosas importante por chat” y así lo prefiere. Dicho esto, sí reconoce que las interacciones personales con las amistades que estima como sus amigos o familiares no se dan con la suficiente frecuencia porque “nadie tiene tiempo”, y reconoce que el tiempo que pasa en el celular es tiempo que “quita” de compartir con su familia y sus padres se lo han reclamado. También asegura que su papá suele usar el celular cuando están juntos y su mamá se lo reclama al igual que a ella cuando lo hace.

#### **4.5.2. Primera seguidora: empatía y conexión emocional mediante el TI.**

En caso de estudio de la **primera seguidora**, la socialización en Internet mediante el TI es constante con sus amigos, familiares e incluso desconocidos. Comparte fotos, videos, memes y publicaciones. Aunque **IDRC** asegura que la persona con la que más habla es su enamorado que vive en Italia, debido a que a sus amigas las ve con frecuencia en la universidad o los fines de semana.

**-Socialización con amigos mediante el TI:** La interacción más importante que sostiene en este rubro es con su pareja que reside en Italia. Califica su relación, como una relación de Internet, debido a que conoció a su enamorado cuando eran niños y nunca más lo volvió a ver. Un día ella comenzó a hablarle por Facebook porque una prima le pasó una foto de él y le pareció guapo. Desde ese momento comenzaron a conversar con frecuencia al punto de entablar una relación a distancia, pasaron meses de relación antes de “reencontrarse” en persona. Lo que más le sorprendió a **IDRC** es que sintió que la persona con la que

había hablado por Internet coincidía con la persona en vivo y en directo y que cuando vino a visitarla por tres meses, la relación continuó como si siempre hubieran estado juntos en persona. **IDRC** dice estar segura que esa facilidad para entablar una comunicación significativa a la distancia, se dio gracias al TI. Las comunicaciones con su enamorado son diversas y dependen del lugar donde esté al momento de la interacción, pueden ser por llamada de Whatsapp, por video llamada, mensajes de voz o chat.

Con sus amigas, asegura hablar de dos a tres veces por semana de cosas importantes mediante el TI, con su enamorado lo hace todos los días. Reconoce que existe una gran diferencia entre ver a una persona en vivo y en directo y escribirle, y que la comunicación es mucho más rica en persona. Pero también siente que puede llegar a conectar con sus amigas o su enamorado por TI, sin problema. Le gustaría tener interacciones cara a cara debido a que pasa mucho tiempo con sus amigas pero no siempre hablando, sino en espacios compartidos como un salón de clase, pero cree que eso no tiene nada que ver con el uso del TI sino con las cosas que tiene que hacer.

**-Socialización con desconocidos mediante el TI:** Sobre la socialización con desconocidos en Internet mediante el TI, asegura que lo hace todo el tiempo sin problema: “hay amigas de amigas que me siguen en Instagram y me escriben para maquillarlas”. Esas interacciones suelen concretarse en persona hasta terminar en una amistad. Luego, relata el caso de una chica que no era “amiga de una amiga” que siempre le escribía para pedirle consejos y ella respondía, hasta que un día le dijo para verse en persona y ella se sintió preocupada, pero pensó que si la encontraba en un lugar público podía estar segura. **IDRC** finalmente la conoció y le pareció que se trataba de una chica un poco insegura que necesitaba una amiga, le cayó bien y desde ahí conversa con ella regularmente, no considera a esta persona su amiga, pero sí le gusta saber que puede ayudar a alguien más. No ha logrado tener conversaciones significativas con personas que conoce en Internet aún pero no lo descarta.

**-Socialización con familiares mediante el TI:** En cuanto a la socialización con su familia mediante Internet a través del TI, **IDRC** considera que suele hablar mucho por Whatsapp con su mamá, mientras que con su papá la conversación es más mecánica y gira en torno a coordinaciones y permisos. Incluso dice que, a veces, habla por el TI con su mamá, sobre temas que no quiere que su papá escuche cuando están todos en la casa. En líneas generales cree que el TI la ayuda a comunicarse con su familia “especialmente desde que todos estamos en chats grupales, hasta con los abuelitos” ya que “a pesar de no tener tiempo para verlos muy seguido” siento que sé de ellos. Con sus papás y sus primas hermanas asegura, la comunicación es fluida. Sin embargo, dice que no tiene conversaciones significativas con su familia mediante el TI, aunque sí las sostiene y con frecuencia, cuando están “todos reunidos” en eventos familiares. Estas reuniones familiares, asegura, “no pueden reemplazarse con el teléfono” y cree que esas dinámicas son irreproducibles.

#### **4.5.3. Mayoría precoz: positivo sobre el potencial socializador del TI.**

En cuanto a la socialización en Internet mediante el TI, **CABR**, perfil **mayoría precoz**, aseguró que las conversaciones con sus amigos se han vuelto más visuales, se envían fotos todo el tiempo, emojis, videos que graban de sus vidas diarias y que la conversación ocurre en un continuo. Agrega que ahora interactúa más con sus amigos que cuando tenía que hacer llamadas tradicionales, ya que considera más fácil comunicarse por escrito mediante el TI.

**-Socialización con amigos mediante el TI:** Tiene varios grupos de amistades “del colegio, de la universidad y otros” y asegura que la interacción es igual de frecuente para todos a lo largo del día. En este sentido asegura, que ha tenido conversaciones significativas con amigos del colegio, específicamente con quienes prefieren una conversación escrita al ser “más profunda”. Asegura que este tipo conversaciones se dan cuando sus amigos tienen un problema o algo

bueno que contar y que esto sucede una vez a la semana en promedio mediante el TI. Si el problema es negativo y una cuestión para la “discusión” entonces prefiere sostener esa conversación en persona, debido a que considera que es “muy fuerte” y “hay cosas que es mejor verlas en persona”. Sí reconoce que estas conversaciones profundas ya no son tan frecuentes y por eso cuando suceden, las valora más: antes ocurrían varias veces por semana dice **CABR**, ahora cada mes “si hay suerte”.

**-Socialización con desconocidos mediante el TI:** Sobre la socialización con desconocidos en Internet asegura que sólo contesta cuando está “de humor” y si es por mensaje, si es por llamada nunca atiende números que no conoce. Sólo ha conocido a una persona con la que habló por Facebook requiriendo su ayuda para una lectura de la universidad. Esta interacción comenzó como una conexión mediante Facebook y terminó en una pequeña amistad, “siempre me hace conversación y si nos vemos en la universidad, nos saludamos”. Siente que es más fácil entablar una conversación en persona, una vez que el contacto inicial se haya dado mediante Internet, debido que hay un vínculo previo; sin embargo, no recuerda haber sostenido una conversación significativa o éstas, solo cordial.

**-Socialización con familiares mediante el TI:** En cuanto a la socialización con sus familiares mediante Internet en el TI, **CABR** asegura que hace un tiempo, cuando se abrió un grupo familiar y los abuelos fueron incorporados, “la comunicación se volvió más fluida” y siente que se ha acercado mucho a sus familiares desde entonces. La muerte de su abuela fue el detonante para entablar una conexión en este sentido y el vínculo se ha mantenido mediante el chat con familiares que viven en Arequipa. No son necesariamente interacciones significativas pero el simple vínculo y comunicación, significa mucho para **CABR**, porque siente a toda una parte de su familia que está lejos, más cerca. Usa el celular para coordinar con su familia nuclear, tiene una hermana y vive con sus padres, pero no se comunica mucho con ellos más allá de informarles a qué hora llega y dónde va a estar.

#### 4.5.4. Mayoría tardía: funcional y temeroso en la socialización.

En el caso correspondiente a el perfil **mayoría tardía**, se evidencia la socialización en Internet mediante TI, para **JGV** es cotidiana y utilitaria. **JGV** duda de la capacidad de esta tecnología para establecer un vehículo adecuado para una conversación significativa con sus amigos, familiares y menos con desconocidos.

**-Socialización con amigos mediante el TI:** **JGV** aseguró tener diferentes filtros para la socialización con sus amigos mediante el TI, por ejemplo, si conoce a la persona una o dos veces, lo agrega a Messenger, y si comienza a ver a la persona con más frecuencia, lo agrega a Whatsapp “como un filtro”. Sin embargo, asegura que si la persona realmente es su amigo o amiga, prefiere las conversaciones telefónicas a los intercambios por Whatsapp para temas de importancia o significativos. Asegura que le incomoda tener que escribir tanto, porque dice no expresarse bien por este medio y si se trata de un tema urgente o sensible, prefiere el teléfono y utilizar Whatsapp sólo para coordinar la llamada o un encuentro personal. Asegura que con sus amigos tiene una vez por semana, interacciones profundas y éstas suelen darse con personas que ve con frecuencia, si dejan de verse en persona, suele perderse el vínculo. Considera sí que el teléfono interrumpe los encuentros personales y eso no le gusta por lo que trata de evitarlo en sus conversaciones en persona. Prefiere siempre el encuentro en persona al encuentro virtual, no puede hacer video llamadas.

**-Socialización con desconocidos mediante el TI:** En cuanto a la socialización con desconocidos, asegura que esto ha sucedido pocas veces y en situaciones muy específicas, ya que dice que no es algo que suela propiciar. Para responderle a una persona, asegura que tiene que haberla visto por lo menos una vez en algún lugar en común, así no se la hayan presentado. Sí asegura que se conectó a Tinder y lo usó uno o dos días, pero que no le gustó que algunas personas “lo llevaran más a lo sexual” Además consideró que “es mal visto que

uno esté en Tinder para conocer flacas” y que eso no va con él. Cree además, que es inseguro conectarse con personas que no conoce por Facebook. La única persona con la que asegura ha hablado normalmente, pero no significativamente, es una chica que lo contactó al ser estudiante de la Católica, para que le comparta sus apuntes de clase. En esa oportunidad, afirma, aceptó el contacto, al tratarse de una estudiante de la PUCP y luego se saludaban en la universidad o por Messenger, pero nunca llegaron a “desarrollar una conversación más profunda”.

**-Socialización con familiares mediante el TI:** En cuanto a la socialización de **JGV** con familiares en Internet mediante el TI, asegura que es poco frecuente. En su mayoría las califica como interacciones de coordinación “para saber dónde estoy” si se trata de sus padres, o “para saber si soy a un evento familiar”, si se trata de sus primos cercanos. Pero nunca ha sostenido una conversación significativa con ellos a través del TI, aunque dice que sí traba conversaciones significativas en persona con sus padres y su hermana regularmente, ya que viven en la misma casa.

#### **4.5.5. Rezagada: el TI como coordinador de encuentros personales.**

El nivel de socialización en Internet a través del TI de **DMMR**, catalogada como **rezagada**, es bajo, debido a que utiliza el dispositivo como una herramienta para “ubicar” a las personas con las quiere encontrarse en persona, su uso es de coordinación. No lo considera un vehículo adecuado para entablar conversaciones significativas, y preferiría que las relaciones y coordinaciones no fueran tan digitales.

**-Socialización con amigos mediante el TI:** En cuanto a la socialización con amigos, **DMMR** asegura que utiliza el teléfono para coordinar encuentros en persona por lo que nunca ha sostenido comunicaciones significativas sobre temas relevantes de manera virtual. Asegura que si tiene algo que decirles escribe para verles y ahí les cuenta “todo el día tenemos conversaciones significativas, de la

vida, de la universidad, de la familia, pero en persona.” Cuando se le preguntó por qué asegura que no le gustan los malos entendidos “en persona no hay punto de comparación, te puedes reír, puedes ver sus reacciones”, por el contrario, “en el celular no se entiende el sarcasmo y te pueden malinterpretar”.

**-Socialización con desconocidos mediante el TI:** En cuanto a la socialización con desconocidos, asegura no haber sostenido alguna, mediante el TI. Si le hacen solicitudes de amistad personas que no conoce, no las acepta y si le escribe alguien que no conoce, no responde. Cuando hace referencia a Tinder dice que entiende que las aplicaciones de citas “se ha puesto de moda” pero que le parece “un peligro constante porque la persona que ves puede no ser lo que muestra”. En general, declara categóricamente que no habla con desconocidos y dice que eso lo saca de familia ya que sus padres son muy cuidadosos con ella, por eso no sale a fiestas, se protege de “las malas influencias”.

**- Socialización con familiares mediante el TI:** En cuanto a la socialización en Internet mediante el TI con su familia, asegura que sólo habla con su mamá, su hermana y su prima que vive en el piso de arriba, ya que su papá “no es tecnológico”. Sin embargo, asegura que las conversaciones con ellas son de coordinación “me dicen que soy muy cortante por teléfono” aunque, asegura, que eso no se debe a falta de sociabilidad “cara a cara soy un loco calato”, de hecho es la percepción de la encuestadora que **DMMR** es bastante alegre, extrovertida y natural en sus expresiones.

#### **4.5.6. Análisis cruzado de la variable socialización mediante el TI.**

Haciendo un análisis cruzado en cuanto a la socialización mediante el TI de los cinco sujetos entrevistados, se puede apreciar una tendencia a depender de esta herramienta para generar espacios de comunicación, personales o virtuales. Ninguno de los cinco casos, innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía o rezagado, reportó tener interacciones significativas con sus familiares

mediante el TI. Y todos reportaron sentirse más conectados a sus familiares, logrando identificar un momento en el que la comunicación con sus abuelos mejoró cuando éstos se incorporaron a Whatsapp. Otra coincidencia es en la necesidad del TI para conectarse con amigos u otros estudiantes con los que estén desarrollando trabajos académicos o actividades.

Las diferencias en la socialización mediante el TI por parte de los usuarios, como se aprecia en la Tabla 12, comienzan cuando se les consulta sobre las conversaciones significativas que sostienen por este medio. Los perfiles que más conversaciones significativas reportan tener, son las de primer seguidor y mayoría temprana. En este sentido, el perfil innovador, si bien asegura no hablar de temas muy importantes o personales mediante el teléfono, sí reportó un nivel alto de naturalidad y conexión con sus amigos mediante él. En general, la persona que más conversaciones significativas sostiene a la semana es la primera seguidora, mientras que el caso de mayoría tardía asegura que sólo habla de cosas buenas por teléfono porque prefiere hablar de las cosas no tan buenas o conflictivas, en persona. En este sentido, el caso de mayoría tardía asegura que no le gusta escribir por mensajes de Whatsapp y cuando se trata de una conversación un poco más amplia, prefiere propiciar un encuentro. Esto se agudiza en el caso de la rezagada quien se ha descrito como cortante en sus conversaciones y asegura preferir siempre los encuentros cara a cara.

**Tabla 12. Cruce de respuestas en torno a socialización mediante el TI por parte de los cinco casos de estudio. Elaboración propia.**

<b>Socialización en Internet</b>	<b>Innovadora</b>	<b>Primera Seguidora</b>	<b>Mayoría Precoz</b>	<b>Mayoría Tardía</b>	<b>Rezagada</b>
<b>Amigos</b>	Contacto frecuente mediante chat o video llamada con grupos distintos durante el día.	Contacto frecuente y significativo con amigos, incluso sostiene una relación a larga distancia.	Contacto frecuente y significativo durante todo el día, con diversos grupos de amigos.	Contacto frecuente con un grupo selecto. No le gusta escribir, prefiere las llamadas.	Usa el TI solo para coordinar encuentros en persona con su grupo de amigos cercanos.
<b>Desconocidos</b>	Ha hecho contacto, no significativo, corroborando primero, algún vínculo con algún conocido.	Hace contacto frecuente con clientes o seguidores en RR.SS. Ha concretado encuentros personales.	Asegura que solo responde a desconocidos por mensaje. Esto luego le facilita la interacción en persona.	Ve inseguros estos espacios por Internet. Aunque sí ha conectado con desconocidos sin concretar encuentros.	Lo considera peligroso. No ha tenido espacio alguno y no acepta solicitudes de desconocidos.
<b>Familiares</b>	Contacto frecuente, no significativo con su familia nuclear.	Contacto frecuente y significativo con familia extendida y nuclear.	Contacto frecuente y significativo con la familia nuclear.	Contacto poco frecuente y de coordinación.	Contacto de coordinación solo con la familia nuclear.
<b>Internet vs en persona.</b>	No sostiene conversaciones muy personales por TI, pero sí en persona.	Disfruta de ambos espacios de socialización pero prefiere "en persona".	Siente un mayor contacto con amigos en persona desde que tiene el TI.	Los espacios significativos los coordina en persona, no virtuales.	Solo tiene espacios de socialización significativos en persona.

Sobre los procesos de socialización con desconocidos mediante el TI, mientras más innovador el perfil de adopción, mayor el riesgo que está dispuesto a asumir el sujeto para conocer personas nuevas o ver oportunidades en estos

contactos. En el sentido inverso, mientras menos innovador el perfil de adopción, más temeroso y cuidadoso se es para el contacto con desconocidos mediante Internet a través del TI. Ninguno reportó haber tenido conversaciones o interacciones significativas con personas que conocieron por Internet, salvo la primera seguidora que se encontró con una joven que conoció virtualmente y entabló una buena relación. En los casos de la innovadora, la mayoría precoz, y tardía, la existencia de un vínculo o un “conocido”, fue un requisito para entablar conversación o alguna expectativa de encuentro personal. La adoptante rezagada aseguró no estar dispuesta a trabar ese tipo de interacciones.

Sobre los procesos de socialización con la familia, aseguran que estos no son significativos y se reducen a espacios de coordinación. Una razón para esta comunicación que tiende a la coordinación con su familia nuclear, es que viven con sus padres y hermanos a quienes suelen ver a diario y con los que tiene interacciones significativas en persona por lo menos una vez por semana. Una segunda coincidencia en este tema es que mediante el TI, es el reporte que Whatsapp los ha acercado a su familia extendida. Este cambio ha sido identificado como positivo, ya que dicen que les hace sentir que a pesar de no ver sus familias extendidas con la frecuencia que quisieran, sí sienten que forman parte de su día a día y que comparten información valiosa.

Finalmente, todos coinciden que los encuentros y conversaciones a nivel personal son irremplazables y todos prefieren hablar de temas importantes, significativos o personales cara a cara con sus interlocutores, coordinaciones para las cuales el TI es indispensable. Pero sí se puede notar que mientras más innovador el perfil de adopción, mayor es la naturalidad con la que incorporan el TI a sus rutinas de interacción y socialización. Y mientras menos innovador el perfil de adopción, mayor es la percepción del TI como un obstáculo para las conversaciones significativas y las interacciones un poco más importantes. Dicho esto, todos aseguran que sin el teléfono no podrían estar conectados o enterarse de nada de lo que “está pasando” en su entorno social. El TI en este sentido, se

ha convertido en una herramienta indispensable para la socialización en los cinco casos de estudio.

#### **4.6. Reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio: la hiperconexión, el presente vívido y la desconexión.**

En la variable reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio, presentaremos los hallazgos en los cinco casos de estudio seleccionados (innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagado). Se detallará el auto reporte sobre los cambios percibidos en sus concepciones del tiempo y espacio a raíz de la adopción del TI, y se ahondará en los conceptos de hiperconexión y presente vívido elegidos como marcos teóricos para el recojo de la información.

##### **4.6.1. Innovadora: en todos lados al mismo tiempo.**

**XRP** tiene un perfil de **innovadora**. Sobre la reconfiguración de su percepción del espacio y tiempo, asegura que siente que el TI a veces obstaculiza su participación social debido a que recibe muchos mensajes de numerosos grupos distintos.

**-Hiperconexión:** **XRP** asegura que participa de variados grupos estudiantiles en la PUCP y el alto grado de coordinación que ejerce en esos grupos, hace necesario que esté atenta a los acuerdos en simultáneo a los que se llegan en varias conversaciones, pero no siempre puede estar actualizada en cada uno de los mensajes. Cuenta que recibe una sobrecarga de estímulo y mensajes al TI que generan que no pueda leer los contenidos de todas sus comunicaciones.

**-Presente vívido:** El TI le produce una sensación de estar en “todos lados y en ninguno al mismo tiempo” porque se pierden cosas que “son importantes, por no poder seguir el ritmo”. En este caso, se ha generado tal nivel de conexión que

debido a que **XRP** es tan entusiasta en cuanto a participación social, que llega a saturarse debido a que no puede estar en “todos lados a la vez”. Esto ha alcanzado a abrumar a **XRP** al punto que desinstaló Whatsapp, una aplicación que ha calificado de indispensable para sus comunicaciones, para poder concentrarse en temporadas de entregas de trabajos finales. Incluso dice que una técnica habitual de estudio, cuando el estímulo del TI es muy fuerte, es dejar el dispositivo en otro cuarto de su casa por una o dos horas para poder “avanzar en las cosas que tengo que hacer.” Asegura que no tiene control del tiempo que ésta conectada y que el tiempo en el TI se pasa “rápido, muy rápido” debido a que se conecta cada 20 minutos y a veces por estados de hasta hora y media y dos horas a la vez. Lo cual, asegura, no le molesta y no sería un problema si no tuviera responsabilidades que cumplir debido a que disfruta del tiempo conectada y no lo ve como algo improductivo.

**-Desconexión:** Asegura que nunca ha estado desconectada por un período lo suficientemente largo, para poder sentir ansiedad por la desconexión. Pero sí siente que debe obligarse a dejar el celular para concentrarse en otras cosas.

#### **4.6.2. Primera seguidora: comprimiendo barreras de espacio-tiempo.**

En cuanto a la reconfiguración del tiempo y espacio, la **primera seguidora IDRC** declaró que el teléfono celular es una herramienta de acercamiento entre las personas.

**-Hiperconexión:** En cuanto a las noticias, siente que a veces se pierde de cosas importantes porque sólo sigue información en torno a sus intereses en las redes sociales a través del TI. Sin embargo, considera que esa carencia se compensa al estar conectada con aquellas mediante un grupo que comparte con familiares un poco mayores, como tíos y abuelos. Es en el grupo familiar donde se comparten las noticias y eso hace que esté al tanto de “lo que pasa”, al mismo tiempo que sabe qué hace su familia. Además, asegura sentirse más conectada

con su entorno sin que perjudique su participación en situaciones sociales, más bien siente que no estar conectada mediante el TI sí la aislaría.

**-Presente vívido:** La experiencia más significativa de tiempo acelerado y distancias reducidas que describen al presente vívido las experimenta **IDRC** claramente con su enamorado, ya que incluso a veces se olvida, o no siente, que él se encuentra en otro país. “Si no fuera por la diferencia horaria, no notaría que está en otro país, hablamos tres veces al día por teléfono y por chat todo el día, compartimos lo que nos pasa como si estuviera aquí,” dice **IDRC**. Asegura que sí extraña tenerlo cerca físicamente y que a veces sí siente o nota esa falta, pero también siente que sus interacciones son lo suficientemente significativas para compensar esos momentos. Sobre su percepción del tiempo asegura que el tiempo pasa más rápido cuando está conectada “a veces tengo que esperar horas haciendo escala o cuando hay que hacer algún trámite y si no estoy en el teléfono no sé qué haría, la pasaría muy mal”, dice. Asegura que utiliza el teléfono como una distracción para hacer que las cosas pasen más rápido, como el trayecto del bus a su casa “a veces levanto la cabeza una hora después y ya llegué” dice **IDRC**.

**-Desconexión:** Dentro de los períodos de desconexión que ha experimentado asegura que ha llegado a sentir ansiedad o síntomas de abstinencia porque “a veces puedes recibir malas noticias y si no estás conectado no te enteras”. Sobre este último punto se refiere específicamente a la viralización de forma negativa de publicaciones de individuos, “a veces una publicación mal interpretada puede arruinar tu vida”, sabe que cuando publica algo corre ese riesgo y estar conectada le hace sentir más en control

#### **4.6.3. Mayoría precoz: tiempos acelerados y distancias recortadas.**

En el análisis de la reconfiguración de la percepción del tiempo y espacio para **CABR**, perfil **mayoría precoz**, el tema estaba muy claro y no dudó ni un

momento, en aseverar que el TI “lo ha cambiado todo” para él, en cuanto a su percepción del tiempo y espacio.

**-Hiperconexión:** No sintió tanto que estaba conectado en demasiados lugares al mismo tiempo, pero sí reconoce que sin el TI no podría relacionarse de la misma manera con su entorno.

**-Presente vívido:** Específicamente, sobre la percepción del tiempo aseguró que se siente incapaz de percibir el paso del tiempo y por eso permanece conectado horas al TI. Sobre este tema relata que “una vez entré a Facebook y cuando salí habían pasado dos horas, ¿no sabía a dónde se fue mi día?” En el caso de la reconfiguración de la percepción del espacio aseguró que ha cambiado en el sentido que ahora percibe que participa de “más situaciones” en las que antes no hubiera podido estar en simultáneo. Y contó un “tema” que pasó con su abuelita mientras ella estaba en Arequipa y él en Lima, no pudo viajar debido a sus responsabilidades, pero estaba muy preocupado por ella “si no fuera por el celular no hubiera podido estar tranquilo”. Aseguró que sintió que estaba ahí con su familia al tener noticias en tiempo real de las personas que quería, sobre la salud de su abuela y se sintió más acompañado y tranquilo y, a su vez, más disponible para apoyar a la parentela. “Sin el teléfono celular hubiera estado aislado, ahí sentí cuán importante puede ser” dijo sobre la sensación de cercanía y conexión en simultáneo con varios espacios en simultáneo ya que asegura que esta información le llegaba estando en la universidad, su casa o el bus.

**-Desconexión:** Sobre la sensación de desconexión asegura que una vez perdió el celular un mes y se sintió aislado de su entorno porque no podría hablar con sus amigos, dejó de asistir a eventos sociales y no se “enteraba de nada”. Para **CABR** la desconexión significó el aislamiento debido a que sus amistades pensaban que no les respondía los mensajes, porque no quería hablar con ellos. Cuando recuperó el TI, recibió decenas de comunicaciones mostrando su preocupación por el prolongado período fuera de línea: “es nuestra fuente única de comunicación”, aseguró

#### 4.6.4. Mayoría tardía: Perdiendo minutos y ganando distancias.

El caso seleccionado de **mayoría tardía, JGV**, asegura sentir que el tiempo se pasa muy rápido, pero al mismo tiempo siente que lo aprovecha al estar más conectado con amigos, familia y las noticias.

**-Hiperconexión:** También aseguró sentirse más conectado con sus amigos y con la actualidad en general ya que dice que se la pasa “leyendo noticias a cada rato” y conectándose con sus amigos “con frecuencia”. Por ejemplo, siente esa sensación de estar atento a lo que pasa en muchos lugares al mismo tiempo, en clase porque no está “todo el rato atento y entonces leo alguna noticia y me desconecto para ir a otro lado”, esto dice le hace sentir que está conectado permanentemente recibiendo estímulos simultáneos. A pesar de esto, que reporta como un cambio desde que usa más el TI, no cree que deba restringirse porque lo usa para “ver noticias” y conectarse con amigos, dos cosas que considera útiles y necesarias. Además, siente que por el TI participa más de situaciones sociales porque “no soy el único que usa el TI, y si no lo tuviera sería más difícil” contactar a su entorno social.

**-Presente vívido:** **JGV** reportó sentir que cada vez que accede a su TI, el tiempo le queda “corto” y “se me va muy rápido”, reporta que pierde la noción de tiempo cuando cinco minutos, generalmente, se convierten en media hora. Eso le pasa con frecuencia, al menos 10 veces al día y aunque normalmente no impide su quehacer diario, cuando está leyendo o estudiando, sí deja de leer para revisar el celular y puede perder “un buen rato” y “hace que a veces, no termine cosas para la universidad”.

**-Desconexión:** No cuenta con un plan de datos y asegura que esto hace que cuando el Internet falla en su casa, deba ir a comprar una tarjeta porque no puede estar más de dos días sin conexión a Internet ya que perdería acceso a sus contactos sociales.

#### 4.6.5. Rezagada: el tiempo y espacio natural.

**DMMR**, quien se encuentra en el perfil de **rezagada**, no cuenta con plan de datos por lo que su uso del TI está ligado a espacios como la universidad o la casa, lugares en los que siente que el tiempo transcurre con naturalidad.

**-Hiperconexión:** Sobre su vínculo con el entorno, **DMMR** asegura sentirse mucho más conectada que antes debido a que sin el TI, le sería imposible enterarse de las cosas o siquiera ubicar a las personas. En este sentido reflexiona, sobre la posibilidad de conocer noticias de todo el mundo y se sorprende de la inmediatez con la que se entera, y con mayor frecuencia, de lo que sucede en otros espacios (nacional e internacionalmente). Sin embargo, aún utiliza el teléfono más que para “conectarse” y hablar con las personas para ubicarlas físicamente y quedar en encontrarse, para ella el pasado, el presente y el futuro siguen denotando un orden lógico y natural en su percepción.

**-Presente vívido:** Al utilizar el TI meramente como una herramienta para generar encuentros en persona o en algunos, como reemplazo de otras tecnologías atadas a lugares físicos (como la radio o el televisor), no ha experimentado una reconfiguración de su percepción del tiempo y el espacio. Su percepción es aún muy biológica y natural ya que asegura sentir que pasa “igual, ni lento, ni rápido” y es algo que se regula consciente y constantemente en su uso del TI y trata de “no estar pegada”. Compara el uso de su TI con el de un televisor, ya que por las mañanas se levanta y ve un video por 30 minutos o pone música, pero luego se desconecta y entonces siente que no se afecta su ritmo natural. La única vez que sintió que se excedió en el uso del TI fue cuando una amiga le escribía constantemente porque “siempre le pasaban cosas interesantes”, pero esa situación duró poco y acabó cuando dejó la amistad porque ella era muy “alocada”.

**-Desconexión:** La sensación de desconexión en unas vacaciones entre ciclos de la universidad, cuando se dio cuenta que por no tener TI no vio a sus

amigos todo el verano y se perdió de muchos encuentros sociales, forzó que cambiara su celular por un TI.

#### **4.6.6. Análisis cruzado de la variable reconfiguración del tiempo y espacio mediante el uso del TI.**

En el caso de la reconfiguración de la percepción del tiempo y el espacio, los resultados son reveladores y nos guían hacia la capacidad del TI de generar cambios en los usuarios que adoptan la tecnología. Estos cambios pueden contrastarse en torno a una sensación de hiperconexión con el entorno que acorta la percepción de distancia, a una experiencia del presente como vívido o en simultáneo y en los efectos de la desconexión de los sujetos estudiados.

En torno a la hiperconexión (ver Tabla 13), todos los sujetos aseguraron experimentar la sensación de estar en más de un lugar al mismo tiempo. Bien sea participando de un grupo de estudio mediante video llamada como la innovadora o revisando noticias en clase, como el usuario de la mayoría tardía. Enterándose de noticias al otro lado mundo como la rezagada, acompañando a familiares en duelo en otra ciudad como el de perfil mayoría precoz o compartiendo tiempo con una pareja en otro continente, como la primera seguidora. Todos los sujetos entrevistados utilizan el TI para contraer espacios, enterarse de otras realidades o conectar con otras personas con una facilidad que pasa desapercibida y solo obedece a la voluntad. Sobre esta sensación de hiperconexión, todos, menos la mayoría tardía, quién no ve nada malo en usarlo para informarse, aseguraron también haber sentido la necesidad de regular su uso del TI debido a una experiencia de exceso de conexión. De estos, la adoptante innovadora y la primera seguidora reportaron haber sentido algún nivel de sobre estímulo o ansiedad debido a la hiperconexión, algo que podría explicarse debido a la intensa rutina relacionada a producción de contenido en sus RR.SS.

**Tabla 13. Cruce de respuestas en torno a la reconfiguración del tiempo y el espacio por parte de los cinco casos de estudio. Elaboración propia.**

Reconfiguración del tiempo y espacio	Innovadora	Primera Seguidora	Mayoría Precoz	Mayoría Tardía	Rezagada
<b>Hiperconexión</b>	La carga de mensajes y estímulos que siente es muy alta al punto que no alcanza a leer todo el contenido.	Se siente más conectada con su entorno sin dejar de lado situaciones sociales. Por su cuenta se actualiza en sus intereses, y con su familia, de lo que pasa.	No percibe un exceso de conexión con su entorno pero sí que participa de más situaciones. La conexión le permite tener acceso al entorno.	Percibe más conexión con su entorno, con sus amistades y las noticias incluso cuando hace otras cosas como atender a clase.	Se siente más conectada con el mundo y lo que pasa. Sin embargo, no busca esa inmediatez y genera espacios para cada interacción.
<b>Presente Vívido</b>	Asegura abrumarse al recibir mucha información a la vez y no poder estar en todos lados al mismo tiempo. Se conecta cada 20 minutos.	Percibe el tiempo como más acelerado y las distancias reducidas al punto de poder sostener una relación a distancia con interacciones significativas.	Dice ser incapaz de percibir el paso del tiempo y termina horas conectado. Reporta que el TI ha reducido la percepción de distancia y participa más de su entorno.	Percibe el tiempo como corto o que se pasa rápido cuando está conectado al TI. Esto hace que a veces no termine deberes para la universidad.	No percibe que el tiempo pase ni lento ni rápido o que esté más conectada físicamente. Restringe el uso del TI a espacios y tiempos determinados.
<b>Desconexión</b>	Nunca ha estado desconectada por períodos largos. Admite que debe obligarse a dejar el celular para concentrarse.	Sintió ansiedad ante una desconexión debido a la posibilidad de recibir malas noticias. Ej. que una publicación suya se viralice negativamente.	Perdió el TI y no tuvo conexión un mes. Asegura haberse sentido aislado, incomunicado de su entorno que se mostró preocupado por la desconexión.	No cuenta con plan de datos. Cuando el Internet falla en su casa, compra una tarjeta de datos debido a la ansiedad de estar desconectado.	No cuenta con plan de datos. Un período de desconexión hizo que adopte el TI al darse cuenta que lo necesitaba para ver a sus amigos.

En cuanto a la experiencia del tiempo como un presente vívido, la sensación que el tiempo pasa más rápido y sin percatarse, es compartida por todos los adoptantes menos la rezagada. La innovadora aseguró que para poder estudiar, a veces, debe dejar el celular en otro espacio, el sujeto de la mayoría precoz afirma que a veces pueden pasar horas de conexión sin notar el paso del

tiempo. En general todos sienten que el tiempo pasa más rápido cuando están conectados describiendo una especie de conexión y desconexión con el tiempo real cuando están utilizando sus teléfonos inteligentes. Mientras mayor es la actitud hacia la innovación, mayor es la sensación de una percepción acelerada del paso del tiempo cuando se está conectado, y menor el remordimiento hacia esta tendencia.

La experiencia de desconexión en todos los usuarios, ha sido una parte importante del proceso de adopción del TI. Mientras menos disposición para la adopción del TI, más duro ha sido el golpe de la desconexión en los sujetos de estudio. Por ejemplo, la innovadora aseguró nunca haber estado desconectada tanto tiempo como para sentir ansiedad, producto de la falta de conexión. En el espectro opuesto, el aislamiento resultante de no tener cómo comunicarse con su entorno amical una vez acabado el colegio, catapultó a la rezagada a adoptar el TI a los 19 años. El único perfil de adopción que no registró cambios radicales en la percepción de tiempo y espacio, fue la adoptante rezagada; sin embargo sí se evidenciaron medidas tomadas con el objetivo de evitar este proceso. Al no contar con plan de datos, por ejemplo, la joven rezagada utilizaba el TI en tiempos reducidos, delimitados a espacios físicos en su casa, media hora antes de dormir y al levantarse, y en la universidad en los huecos entre cursos.

#### IV. CONCLUSIONES.

Las conclusiones serán divididas en conclusiones generales de la investigación y específicas por perfil de adopción del teléfono inteligente.

##### **Conclusiones generales de la investigación:**

1. La disposición a la adopción del teléfono inteligente en 113 estudiantes de pregrado entre 18 y 24 años de la PUCP, es variada y puede ser clasificada en los perfiles innovador, primer seguidor, mayoría precoz, mayoría tardía y rezagados.
2. La distribución de los estudiantes de acuerdo a su actitud hacia el teléfono inteligente es la siguiente: 3% son innovadores, 15% son primeros seguidores, 29% es mayoría precoz, 48% mayoría tardía y 5% rezagados.
3. La actitud favorable o desfavorable hacia la adopción de una innovación influye en el nivel de atención, interés e inversión que se destina a ella.
4. El uso que se le da al teléfono inteligente por parte de los cinco sujetos estudiados depende más de su perfil de adopción que a variables demográficas.
5. **Existen usos comunes del TI en los sujetos en cuanto a la representación de la persona.**
  - a. Todos los perfiles atribuyen un valor alto a la imagen que proyectan de sí mismos, consideran que ésta tiene que ser un reflejo de su personalidad e

invierten tiempo en la construcción de la imagen que quieren mostrar a terceros, a través del teléfono inteligente.

- b. Las manifestaciones del valor atribuido a la imagen proyectada de sí mismos, varía entre los perfiles de adopción del TI.

**6. Existen usos comunes del TI en todos los perfiles en cuanto a la socialización con terceras personas.**

- a. El valor más importante del teléfono inteligente para todos los perfiles es la digitalización de sus redes sociales reales y su capacidad para conectarlos con ellas en el mundo físico. Además, el uso del TI genera reglas de interacción social diferenciadas por herramientas y todos coinciden que el teléfono inteligente tiene el potencial de interrumpir las interacciones sociales presenciales de las que participan.

- b. La digitalización de las redes sociales varía en grados de intimidad, de acuerdo a los perfiles de adopción del TI.

**7. Existen usos comunes del TI en todos los sujetos en cuanto a la reconfiguración del tiempo y espacio.**

- a. Los cinco perfiles mostraron una propensión hacia la hiperconexión o la sensación de estar en muchos lugares al mismo tiempo. El teléfono inteligente ha vuelto la hiperconexión habitual, por lo que una falta de acceso a una conexión a Internet mediante el TI, provoca una sensación de incertidumbre calificada como intolerable que impulsa a la toma de acciones correctivas en búsqueda de reconexión.

- b. El grado de hiperconexión experimentado varía de acuerdo al perfil de uso del teléfono inteligente.

## **Conclusiones específicas sobre el uso por parte de los distintos perfiles de adopción del teléfono inteligente:**

1. **Innovador:** El innovador es el perfil más atento a novedades, más dispuesto a invertir en una actualización del TI y el que menos tiempo espera para hacer esa inversión.
  - a. **Representación de la persona:** Prioriza dar una imagen profesional en sus perfiles, invierte en altos valores de producción de su imagen y tiene un plan a largo plazo en el manejo de ella. Mantiene sus perfiles públicos.
  - b. **Socialización con terceros:** Este perfil sostiene conversaciones significativas con frecuencia y muestra apertura a comunicaciones digitales con desconocidos.
  - c. **Reconfiguración del tiempo y espacio:** Con un uso del TI constante y sostenido, este perfil experimenta la mayor sensación de hiperconexión.
2. **Primer Seguidor:** Este perfil está atento a las novedades del teléfono inteligente, invierte en modelos recientes, pero no excede su presupuesto.
  - a. **Representación de la persona:** Es el perfil con más seguidores debido a su búsqueda constante por proyectar una imagen empática y accesible. Además, es el perfil que mayor importancia da a la mirada de los demás en la construcción de sus perfiles y contenido. Sus perfiles son públicos.
  - b. **Socialización con terceros:** Este perfil tiene interacciones significativas con frecuencia diarias, prefiriendo las video-llamadas y los audios. Suele interactuar con extraños mediante sus perfiles digitales con frecuencia.
  - c. **Reconfiguración del tiempo y espacio:** Experimenta la comunicación mediante el TI como ocurriendo en simultáneo, además de tener el temor constante de que algo negativo pueda pasar con su reputación mientras ella está desconectada.

**3. Mayoría Precoz:** Este perfil se entera de las novedades, pero invierte siempre dentro de un presupuesto y no tiene premura en adoptar innovaciones en torno al TI.

a. **Representación de la persona:** Suele dar nula importancia a la calidad de las imágenes o videos compartidos en sus perfiles, suele participar activamente en Stories pero no con fotos o publicaciones. Sus perfiles son privados.

b. **Socialización con terceros:** Este perfil prefiere las comunicaciones mediante mensajes de texto, asegura que el teléfono inteligente lo ayuda a conectar y expresarse mejor con su entorno. Alguna vez tuvo intercambios con desconocidos.

c. **Reconfiguración del tiempo y espacio:** El sujeto mayoría precoz experimentó que la conexión al teléfono inteligente contribuyó a una percepción acelerada del paso del tiempo mientras estaba conectado.

**4. Mayoría Tardía:** Este perfil rara vez suele enterarse de novedades, invierte poco en ellas y solo cambia su teléfono inteligente cuando éste deja de funcionar. No tiene plan de datos.

a. **Representación de la persona:** El perfil mayoría tardía no suele publicar fotos o comentarios, pero comparte información o noticias que considera “importantes”. No invierte en valores de producción o se preocupa por ellos. Sus perfiles son privados.

b. **Socialización con terceros:** Este perfil no suele tener interacciones significativas mediante el teléfono inteligente y prefiere que éstas ocurran en persona. Prefiere que las interacciones digitales sean o superficiales. No es tan abierto a la posibilidad de interactuar con desconocidos mediante el teléfono inteligente.

c. **Reconfiguración del tiempo y espacio:** El perfil mayoría tardía registra un grado mayor de simultaneidad en sus interacciones, asegurando que el

teléfono inteligente hace que se abstraiga mentalmente de un espacio físico a otro.

5. **Rezagados:** De todos los perfiles el rezagado es el que menos dinero invierte o atención presta a las novedades en torno al teléfono inteligente. No tiene plan de datos.

a. **Representación de la persona:** El perfil rezagado proyecta una imagen de sí misma tradicional y conservador que revela muy poco de sí mismo. Usa perfiles privados.

b. **Socialización con terceros:** Las interacciones sociales mediante teléfono inteligente sirven de instrumento para concretar encuentros personales. Tiene una visión conservadora y temerosa sobre la interacción con desconocidos y participa como observadora en sus distintas redes sociales.

c. **Reconfiguración del tiempo y espacio:** Este es el perfil que menos cambios en la percepción del tiempo y espacio experimenta, debido al estricto control dado al uso del TI y a las limitantes auto impuestas para sostener una conexión delimitada a espacios físicos con acceso a WIFI.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amigo, B; Bravo, M.C. & Osorio, F. (2016). *Telefonía móvil inteligente e hiper cotidianidad*. Athena Digital, 16 (2), 115.137. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1607>.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. New Haven & London: Yale University Press.
- Brianbridge BVBA (2019). *From 1G to 5G: A brief history of the evolution of mobile standards*. <https://www.brainbridge.be/news/from-1g-to-5g-a-brief-history-of-the-evolution-of-mobile-standards>
- Carr, N. (2011) *¿Qué está haciendo el Internet con nuestras Mentes? Superficiales*. Taurus: Barcelona.
- Castells, M. (2014) *C@mbio: el impacto del internet en la sociedad*. Recuperado de: BBVA OpenMind. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>
- ComScore (Septiembre, 2015) *Studio IMS video in Latam*. Ver en: <https://www.comscore.com/esl/Prensa-y-Eventos/Comunicados-de-prensa/2015/2/comScore-en-Asociacion-con-IMS-da-a-Conocer-los-Resultados-de-una-Nueva-Investigacion-que-Muestra-Insights-sobre-el-Comportamiento-de-las-Audiencias-para-las-Principales-Aplicaciones-Moviles-en-Latinoamerica>
- ComScore. (2015) *Futuro digital: Perú*.
- ComScore. (2016) *Global digital future in focus*. Ver en: <https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2016/2016-Global-Digital-Future-in-Focus>

- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (1991). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Gardner, H & Davis, K. (2014). *La generación App: cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Bogotá: Planeta Colombiana.
- Gavilano, M & Jáuregui S. (2019) *Intensidad competitiva en el servicio de Internet móvil*. Lima: OSIPTEL. Web: <http://www.osiptel.gob.pe/repositorioaps/data/1/1/1/par/reporte-competencia-n08/reporte-competencia-n08.pdf>
- Gestión. (21 de enero del 2018) *Penetración de smartphones en el Perú casi se triplicó en los últimos cuatro años*. Web: <https://gestion.pe/economia/empresas/portabilidad-numerica-guerra-operadoras-lineas-telefonía-movil-fija-110217>
- GSMA. (2018). *Mobile IoT evolution tracker*. Web: <https://www.gsma.com/iot/mobile-iot-innovators/mobile-iot-evolution-tracker/>
- Heller, A. (1977). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Ediciones Península.
- INEI (Octubre, noviembre, diciembre, 2016) *Estadísticas de la tecnología de información y comunicación en los hogares*. Ver en: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01\\_tecnologias-de-informacion-oct-nov-dic2016.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_tecnologias-de-informacion-oct-nov-dic2016.pdf)
- INEI (Enero, febrero, marzo, 2017). *Estadísticas de la tecnología de información y comunicación en los hogares*. Ver en: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n02\\_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2017.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n02_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2017.pdf)
- INEI (Enero, febrero, marzo, 2018). *Estadísticas de la tecnología de información y comunicación en los hogares*. Ver en: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n02\\_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2018.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n02_tecnologias-de-informacion-ene-feb-mar2018.pdf)

- Internet World Stats. (2018). *Internet usage statistics: the Internet big picture*. Web:  
<https://www.internetworldstats.com/>
- Ipsos. (Abril, 2012). *Usos y actitudes hacia la telefonía móvil*. Lima.
- Ipsos. (Abril, 2017). *Hábitos, usos y actitudes hacia Internet*. Lima.
- Ipsos. (Abril, 2017). *Perfil de usuario de redes sociales*. Lima.
- Jiménez, L; Aguilar, C; Sánchez, L & Pérez-Montoro, M. (2018) *Experiencia de usuario y medios de comunicación. La regla de los tres clics en las webs de periódicos para smartphones*. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 595-613.  
<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1271/30es.html>
- Mackay, H; Maples, W & Reynolds, P. (2001) *Investigating the information society*. London/New York: Routledge.
- Martuccelli, D., & Singly, F. (2012). *Las sociologías del Individuo*. Santiago de Chile: LOM Ediciones
- Leeuwis, C. & Aarts, N. (2011) *Rethinking Communication in Innovation Processes: Creating Space for Change in Complex Systems*. The Journal of Agricultural Education and Extension, 17:1, pp. 21-36.  
<http://dx.doi.org/10.1080/1389224X.2011.536344>
- OSIPTEL (2009) *Indicadores del servicio de acceso a Internet del 1999 al 2009*.  
<http://www.osiptel.gob.pe/articulo/51-conexiones-de-acceso-a-internet-fijo-desagregadas-por-te>
- OSIPTEL (2016) *Encuesta residencial de servicios de telecomunicaciones*. Ver en:  
<http://www.osiptel.gob.pe/noticia/np-encuesta-demanda-erestel2016>
- OSIPTEL (2018) *Reporte estadístico Junio 2018: Mayor oferta para navegar en Internet rompe récord de portabilidad en telefonía móvil*. Ven en:  
[https://www.osiptel.gob.pe/repositorioaps/data/1/1/1/par/reporteestadistico\\_jun2018/reporteestadistico\\_jun2018.pdf](https://www.osiptel.gob.pe/repositorioaps/data/1/1/1/par/reporteestadistico_jun2018/reporteestadistico_jun2018.pdf)

- Ovide, S. (Agosto 6, 2019). *The Smartphone Revolution was the Android Revolution*. Web: <https://www.bloomberg.com/graphics/2019-android-global-smartphone-growth/>
- Perú21. (24 de mayo del 2018) *Hay más de 40 millones de líneas móviles activas en Perú*. Web: <https://peru21.pe/peru/osiptel-hay-40-millones-lineas-moviles-activas-peru-408082-noticia/>
- Pew Reaserch Center. (2018) *Spring 2017 Global Attitude Survey*. Estados Unidos.
- Reig, D & Vílchez, L.F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica y Fundación Encuentro.
- Rogers, M. (2003) *Diffusion of Innovations*. Free Press: New York, London, Toronto, Sydney & Singapur.
- RPP (15 de agosto del 2014). *Antes del Iphone, IBM presentó en 1994 Simon el primer celular Inteligente*. Web: <https://rpp.pe/tecnologia/mas-tecnologia/antes-de-iphone-ibm-presento-en-1994-simon-el-primer-celular-inteligente-noticia-716828>
- Saussure, C. (Setiembre 2016). *El uso del smartphone como herramienta para la búsqueda de información en los estudiantes de pre-grado de educación de una universidad de Lima Metropolitana*. DOI. Educación. Vol. XXV, 49 (pp.29-44).
- T-Mobile. (2020). *Obtén dos líneas más un nuevo iPhone por cada línea por tan sólo \$90 al mes*. Web: <https://es.t-mobile.com/cell-phone-plans/essentials>
- Turkle, S. (1997). *La vida sobre la pantalla: la identidad en la era del Internet*. Paidós: Barcelona, Buenos Aires & Ciudad de México.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together*. Penguin Press: New York.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Press: New York.

Universia Knowledge@Wharton. (8 de enero del 2016) *Víctima del éxito: El ascenso y caída de BlackBerry.* Web: <https://www.knowledgeatwharton.com.es/article/victima-del-exito-ascenso-caida-blackberry/>



## **ANEXO A: ENCUESTA DE PERFILES DE ADOPCIÓN DEL TI.**

### **Encuesta a Universitarios usuarios de Teléfonos Inteligentes**

**Nombre Completo:**

**Fecha de Nacimiento:**

**Facultad:**

**Ciclo Académico:**

**Correo electrónico:**

**Teléfono de contacto:**

**Modelo de teléfono:**

**Un teléfono móvil inteligente es un dispositivo que combina características de un teléfono móvil con los de un ordenador o computadora y cuenta con conexión a Internet mediante WIFI y/o plan de datos.**

**1. ¿A qué edad tuviste tu primer teléfono móvil inteligente? \_\_**

**2. Marca la afirmación que más se parezca a las circunstancias en las que adquiriste tu primer teléfono móvil inteligente:**

- Fui el primero de mi grupo de amigos en tener un teléfono móvil inteligente.
- Cuando adquirí mi primer teléfono inteligente, pocos amigos lo usaban.
- La mayoría de mis amigos ya usaban teléfono inteligente cuando adquirí mi primer aparato.
- Cuando adquirí mi primer teléfono inteligente, estaba entre los pocos que no lo tenían.
- Postergué lo más que pude tener un teléfono inteligente, nunca me gustaron.

**3. ¿Con qué frecuencia sueles cambiar de equipo de teléfono móvil inteligente?**

- Cada vez que sale al mercado una versión más actualizada.
- Cada dos años como máximo, así mi celular esté en funcionamiento.
- Trato de postergar el cambio lo más que puedo.
- Sólo cuando comienza a fallar y su uso me es muy molesto.
- Sólo cuando deja de funcionar por completo o pierdo el equipo anterior.

**4. Cuando se lanza un modelo de celular nuevo o un producto accesorio al teléfono inteligente que me interesa, yo:**

- Hago seguimiento al lanzamiento y estoy entre las primeras personas de mi grupo en tenerlo.
- Espero que salga al mercado y otros lo tengan para ver si me convence comprarlo.
- Sólo lo compro si considero que tiene alguna función que me interesa mucho o muchas personas a mi alrededor me han comentado de sus beneficios.
- Si algún modelo nuevo o producto accesorio me llama la atención espero a que esté en oferta para comprarlo.
- No suelo estar atento al lanzamiento de productos nuevos.

**5. Cuando se trata de nuevas aplicaciones compatibles con tu teléfono móvil inteligente ¿cuál es tu reacción más frecuente?**

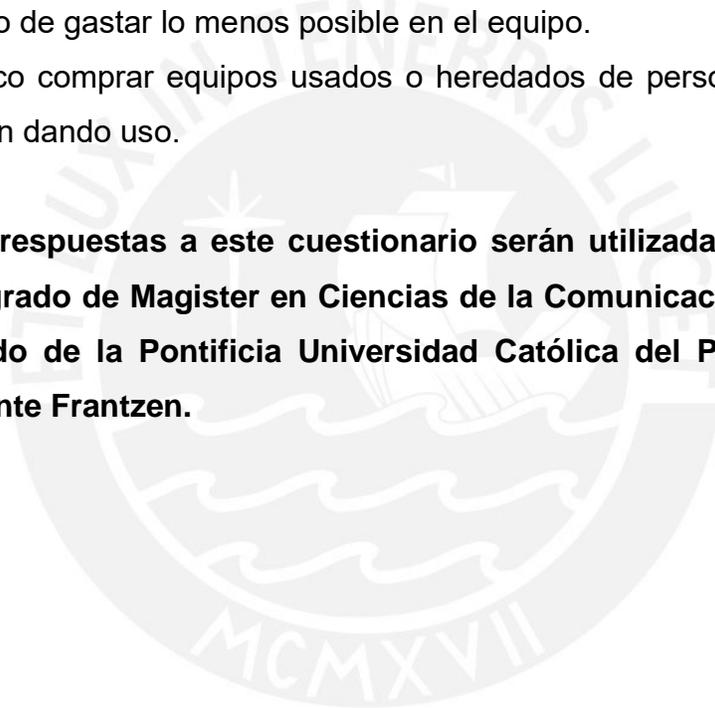
- Suelo emocionarme cuando descubro que existen funciones que considero creativas y novedosas disponibles para mi teléfono.
- Me gusta enterarme, pero sólo bajo las aplicaciones si es que veo que funcionan como se espera.
- Me entero cuando la mayoría de personas a mi alrededor ya las están usando y no tenerlas limita mi participación o comunicación con ellas.
- Por lo general no me gusta bajar aplicaciones nuevas, sólo lo hago cuando son indispensables o muy necesarias.

- Nunca bajo aplicaciones nuevas.

**6. Cuando cambio de equipo de teléfono móvil inteligente:**

- No me fijo en el precio y me compro el más actualizado.
- Procuro comprar el equipo más actualizado que puedo costear, así me exceda un poco del presupuesto.
- Trato de elegir un equipo práctico que haga todo lo que quiero sin exceder mi presupuesto.
- Trato de gastar lo menos posible en el equipo.
- Busco comprar equipos usados o heredados de personas que ya no les estén dando uso.

**NOTA: Las respuestas a este cuestionario serán utilizadas en la tesis para adquirir el grado de Magister en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Postgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, de Alejandra Andrea Puente Frantzen.**



## **ANEXO B: PREGUNTAS A PROFUNDIDAD PARA LA COMPARACIÓN DE VARIABLES DE USO DEL TELÉFONO INTELIGENTE.**

**Guía de preguntas para entrevistas a profundidad sobre la Adopción y uso del Teléfono Inteligente.**

### **PREGUNTAS FACTUALES**

**¿Cómo te llamas?**

**¿Cuántos años tienes?**

**Sexo:**

### **0. TRAYECTORIA DE USO. DE TI. DIAGRAMA DE TU TRAYECTORIA DE USO VS. TRAYECTORIA DE VIDA.**

**0.1. Edad de adopción e historia de uso.** ¿A qué edad obtuviste tu primer teléfono móvil inteligente? ¿Cambios en la frecuencia de conexión? ¿Cuántos teléfonos has tenido? Frecuencia de cambio de aparato.

**0.2. Cambio de uso personal.** ¿Cómo ha cambiado el uso que le das al teléfono móvil inteligente?

**0.3. Cambios de interacción.** ¿Cómo ha cambiado la interacción con tu círculo de amigos, conocidos y familiares a raíz del uso del teléfono móvil inteligente?

**0.4. Cambios de acceso a información.** ¿Cómo ha cambiado la forma de acceso a noticias de actualidad?

### **1. LA REPRESENTACIÓN DE LA PERSONA MEDIANTE EL TELÉFONO INTELIGENTE.**

## 1.1. LA REPRESENTACIÓN DE SÍ MISMO

**1.1.1. Perfil de usuario.** ¿Qué decisiones tomas a la hora de crear un perfil de usuario a través del teléfono inteligente? Es decir, ¿Qué información decides compartir en tus cuentas en las distintas redes sociales? ¿Qué te motivó a compartir esa información en especial?

**1.1.2. Representación de ser.** ¿Qué tan importante es para ti que la foto de perfil o las cosas que publicas a través del celular, te representen? ¿Recuerdas cuál fue tu primera foto en una red social? ¿Por qué la elegiste? ¿Qué te hizo cambiarla? ¿Cada cuánto cambias tu foto en tus distintas redes sociales?

**1.1.3. Imagen en TI.** ¿Qué imagen de ti mismo quisieras proyectar a los demás? ¿Por qué es importante? ¿Cómo eliges el contenido que publicas en tus redes sociales? ¿Cómo eliges el nivel de privacidad y qué públicas en cada uno de estos niveles? ¿Por qué?

## 1.2. Percepción de otros sobre sí mismo.

**1.2.1. Likes.** ¿Cómo valoras los likes, los compartidos y los comentarios a tus publicaciones?

**1.2.2. Seguidores.** ¿Qué tan importante es el número de seguidores que tienes en las redes sociales?

**1.2.3. Comentarios.** ¿Alguna vez te ha generado preocupación la reacción de tus contactos a una publicación o un comentario tuyo?

**1.2.4. Reacciones adversas a publicaciones.** ¿Has experimentado alguna situación en la que te hayas sentido preocupado por alguna publicación que realizaste? ¿Por qué? Cuenta qué sucedió.

## **2. SOCIALIZACIÓN EN INTERNET MEDIANTE TELÉFONOS INTELIGENTES.**

### **2.1. SOCIALIZACIÓN CON AMIGOS.**

**2.1.1. Modalidad de interacción.** ¿Cómo interactúas con tus amigos a través del teléfono móvil inteligente, a través de qué aplicaciones sueles hacerlo con más frecuencia?

**2.1.2. Interacción significativa.** ¿Qué tan significativas son estas interacciones con amigos? Describe.

**2.1.3. Interacción mediante TI versus encuentro en persona.** ¿La interacción con amigos a través del teléfono móvil inteligente, reemplaza o puede suplir un encuentro personal con ellos?

### **2.2. INTERACCIONES CON DESCONOCIDOS.**

**2.2.1. Modalidad de interacción.** ¿Sueles interactuar a través del teléfono móvil inteligente con personas que no hayas conocido personalmente? Si es así, detalla qué tipo de personas y en qué aplicaciones.

**2.2.2. Interacción significativa.** ¿Qué tan importantes y significativas son para ti estas interacciones?

**2.2.3. Interacción mediante TI versus encuentro en persona.** ¿Has materializado o materializas encuentros con personas que conociste a través del TI? Relata tu experiencia.

### **2.3. SOCIALIZACIÓN CON FAMILIARES.**

**2.3.1. Modalidad de interacción.** ¿Sueles interactuar con tus familiares a través del teléfono móvil inteligente? Si es así, describe la dinámica de interacción, con qué miembros de la familia y a través de qué plataformas.

**2.3.2. Interacción significativa.** ¿Cómo ha influido esta interacción a través del teléfono inteligente en la relación con los distintos miembros de la familia?

**2.3.3. Interacción mediante TI versus encuentro en persona.** ¿Cómo se manejan las interacciones mediadas por TI versus las cara a cara?

### 3. RECONFIGURACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DEL TIEMPO Y ESPACIO MEDIANTE EL TELÉFONO INTELIGENTE:

**3.1 Desconexión.** ¿Cuánto es el período más largo que permaneciste sin conexión a Internet a través del teléfono móvil inteligente y cómo te sentiste?

**3.2. Censura.** ¿Alguna vez has intentado regular de forma natural o a sugerencia de otros, el teléfono móvil inteligente?

**3.3. Tiempo.** ¿Cómo percibes que pasa el tiempo cuando estás conectado o utilizando el teléfono móvil inteligente?

**3.4. Conexión.** ¿Sientes que participas de una mayor cantidad de situaciones cuando te conectas a través del teléfono móvil inteligente?

**3.5. Participación social** ¿Cuándo no estás conectado, sientes que participas más o menos, de las situaciones sociales que te rodean?

