

# LO CULTURAL, SOCIAL E IDENTITARIO EN EL *TOCH*

## **Andrea Alemán Andrade**

Boliviana. Comunicadora Social y Socióloga. Docente a tiempo completo de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Regional Cochabamba.

***a.enred3@gmail.com***

## **Camila Julieta Jiménez Sánchez**

Boliviana. Responsable de repositorio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Regional Cochabamba.

***camijimsan97@gmail.com***

Las autoras declaran no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero

**ALEMÁN, Andrade Andrea. JIMÉNEZ, Sánchez Camila (2018). “Lo cultural, social e identitario en el *toch*”. Punto Cero, año 24 n°37 diciembre de 2018. Pp 18-27. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Cochabamba**

**Resumen:**

La presente investigación analiza las apropiaciones culturales y sociales que las Trabajadoras Asalariadas del Hogar (TAH) le dan al celular a través de su consumo. Para ello, se aplicó una metodología cualitativa ligada a la etnografía, con entrevistas y observación, con el fin de analizar la interacción entre el sujeto y el celular. El consumo cultural del celular es un proceso social, cultural e identitario, a través del cual ellas crean una cultura propia, individual, pero también colectiva a través de una comunidad virtual, dando lugar a que se construya su realidad a través del consumo del mismo.

**Palabras clave:**

Celular, consumo cultural, identidad, cultura, apropiación.

**Culture, social and identity in the Toch****Abstract:**

This research analyzes the cultural and social appropriation that the TAH give to the cellphone through the use of it. The methodology used, linked to the ethnography, is qualitative, with interviews and observation of the interaction between the person and the cellphone. The cultural consumption is therefore a social, identitary and a cultural process in which they create their own, individual, but also a collective culture, in order to make a virtual community that takes place in the construction of their reality through the cellphone.

**Keywords:**

Cellphone, cultural consumption, identity, culture, appropriation

**1. Introducción**

Bolivia, al ser un país plurinacional en proceso de desarrollo, reconoce 36 diferentes identidades originarias e indígenas. Antes del 2005, la población indígena era el 62% de la población total boliviana. Posteriormente, el 2012 se realiza un censo en el cual se visibiliza que la población indígena reduce al 42%. A pesar de la reducción, Bolivia sigue siendo uno de los países con mayor población indígena en América Latina (ANTELO, 2015). Uno de los factores que probablemente afecta a esta reducción es la globalización y el sistema neoliberal.

En el país existen 71 788 personas que se dedican al trabajo doméstico, a las cuales se las denomina trabajadoras del hogar. El 91,2% de las trabajadoras del hogar asalariadas son mujeres (PALLY, 2012). Muchas de estas mujeres migran del campo a la ciudad en busca de trabajos, siendo el factor económico relevante al momento de tomar esta decisión, dando lugar a un encuentro entre dos culturas diferentes que son la cultura global (condicionada por un sistema económico neoliberal y las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC)), y su cultura tradicional. Las TAH son parte fundamental de las tradiciones bolivianas y costumbres, y sus comunidades son moldeadoras de una identidad originaria andina. Si bien es necesario estudiar la globalidad, también es necesario ver la localidad, y parte de ésta son las trabajadoras del hogar de pollera.

Sin embargo, no existen estudios sobre el tema. Lo que este estudio realiza es describir y analizar lo que está pasando con las trabajadoras del hogar de pollera el momento que entran en contacto con las NTIC, en este caso, el celular. En el contexto en el que ahora están viviendo, la ciudad, es fundamental para ellas el uso del mismo, siendo ésta una herramienta de contacto directo tanto con su familia

como con sus empleadores. Por lo cual, se analiza las apropiaciones culturales y sociales de parte de las TAH al celular.

**2. Metodología**

La metodología que se utilizó en esta investigación es cualitativa. Esto se debe a que las variables no pueden ser medibles y las observaciones no serán lineales ya que presentan cambios de acuerdo a cada sujeto de estudio (HERNÁNDEZ et al., 2006).

Se hizo un seguimiento etnográfico a tres trabajadoras del hogar. Para ello, se aplicaron como técnicas entrevistas no estructuradas y la observación. Las entrevistas no estructuradas se realizaron a tres trabajadoras asalariadas del hogar que son de pollera y trabajan en el municipio de Cercado. Para contactarlas se utilizó la técnica de la bola de nieve. El trabajo de campo fue por un mes, con una observación y convivencia con las mujeres reflejado en un diario de campo.

Se trabajó con Sofía<sup>1</sup>, una joven de 18 años de edad que trabaja como TAH hace 4 años atrás. En un principio tenía un celular de *tecla*<sup>2</sup> y ahora tiene un *toch* (teléfono inteligente); Valeria, una mujer de 28 años de edad que vive en la ciudad hace 11 años atrás, y que desde hace cuatro años atrás posee un celular *toch*; y finalmente Gabriela, una mujer de 27 años de edad que llegó a Cochabamba en febrero del presente año. Actualmente ella posee un celular inteligente que compró en su pueblo. La lengua materna de las tres mujeres es el quechua.

**3. Las trabajadoras del hogar entrando al mundo de las NTIC**

La Organización Internacional de Trabajo establece que no se puede dar una definición que abarque todo lo que un tra-

bajador del hogar es, debido a que cada cultura y país tiene una concepción diferente del mismo. Sin embargo, Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO) da una definición general y dice:

Las personas dedicadas al trabajo del hogar prestan servicios esenciales que les permiten a otros trabajar fuera del hogar, y de este modo facilitan el funcionamiento del mercado laboral y de la economía.

Este grupo de trabajadoras y trabajadores labora a cambio de un pago en los hogares de otras personas, prestando una gama de servicios domésticos: barren y limpian; lavan ropa y platos; hacen las compras y cocinan; cuidan a niños, a adultos mayores y a discapacitados; o prestan servicios de jardinería, de conducción y de seguridad. Algunos viven en la casa del empleador. Muchos trabajan tiempo parcial, a menudo para múltiples empleadores (WIEGO, n.d.).

En Bolivia, los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda que se realizó el 2012, señalaron que 71 788 personas prestan servicio como trabajadoras(es) del hogar, lo cual representa el 1,6% del total de la población del país (cf. EL DEBER, 2017). Lo que no indica el censo es cuántas de las trabajadoras migran de la ciudad al campo, pero es sabido que muchas de ellas, llegan a temprana edad del área rural en busca de trabajo.

Según Alejandro Pally, esta migración se debe a la "la escasez de fuentes de empleo, que afecta en mayor grado a la población femenina, por lo que las mujeres tienden a predominar el éxodo rural" (PALLY, 2012). El factor económico está presente en el éxodo rural, y es éste el que da pie a un notorio cambio en cuanto al factor cultural, que se convierte en un proceso de encuentro entre lo étnico y la globalización. En la ciudad, más que en el campo, se genera el uso de las NTIC al ser

parte del día a día de esa sociedad.

Según una nota de Los Tiempos, con datos de la ATT, la población con acceso a Internet en Bolivia representa el 67,5% de la población. Es decir, más de la mitad de la población boliviana tiene acceso a Internet (cf. LOS TIEMPOS, 2018). De la misma manera, según un informe de la ATT, el número de celulares ha sobrepasado la cantidad de habitantes en Bolivia. Cochabamba es uno de los departamentos con más números móviles que su población (cf. OPINIÓN, 2018).

#### 4. La apropiación del *toch*

La apropiación se entiende como esa interacción entre el sujeto, con todo lo que este implica, y el producto. Es decir, una interacción entre la identidad y cultura del sujeto con el celular; el cual es un proceso en el que el individuo recibe y transmite su cultura e identidad a través del producto. En el caso del sujeto de estudio, este se da en el contexto de la hibridación entre la cultura étnica y la cultura contextual. La referencia es tanto el idioma, la música y redes sociales, ya que se ha visto una incidencia más fuerte en estos indicadores.

##### 4.1. Idioma

Se ha visto pertinente analizar el idioma porque es una forma de externalizar tanto la cultura como la identidad primaria de las informantes. Todas las informantes tienen como lengua materna el quechua, siendo este una vía para la reproducción cultural. Sin embargo, se encontró que se usa el español más que el quechua en las interacciones que se presentan. Tanto en el lenguaje oral como en el escrito, están presentes ambos idiomas. Esto depende de con quién están interactuando en ese momento a través del celular.

La apropiación no se hace sólo en el individuo sino también a través del otro. La

aplicación que más usan es el WhatsApp. Este ha otorgado a las TAH la capacidad de elegir con quien quieren hablar, dando la posibilidad de crear una comunidad virtual: esta comunidad con la idea de la construcción de una cultura que ellas han ido forjando desde su pueblo hasta la migración a su ciudad. La comunidad que ellas crean depende mucho de la otredad.

*"En mi pueblo, nadie habla en español todo tiene que ser en quechua. Mis amigos de mi edad hablan en español nomás. Solo los amigos, mi familia, no habla español de los que viven allá"* (Entrevista a Sofía, 2018).

El criterio de selección es por la otredad, si la otra persona habla en quechua entonces ellas responden en quechua, si les hablan en español, ellas responden en español. Por el contexto en el que ahora viven el español se volvió lengua base para las interacciones, tanto para ellas como para los jóvenes de su generación, creando de esta manera su propia comunidad, especialmente al momento de chatear, y siendo más fácil para ellas escribir en español. Por lo tanto, existe una mezcla y complementación cotidiana de ambos idiomas. No pueden prescindir de ninguno porque uno, el quechua, es parte de su identidad tradicional y el otro, el español, se lo usa por el contexto en el que están inscritas y sus necesidades/aspiraciones de integración.

De la misma manera se ha encontrado que el idioma no sólo es parte de los procesos comunicacionales con el otro, sino también es esencial en la música que escuchan.

##### 4.2. Música

En todas las respuestas dadas, si bien existe está hibridación con la música de la ciudad y la del pueblo, está presente la cultura étnica de cada una de las infor-

mantes. La música no es solo parte del entretenimiento de las TAH, sino también es usada para la gestión de la identidad individual.

Mediante la música están reforzando su identidad previamente establecida, así como también su cultura. Los diferentes estilos de música adoptados tanto de sus pueblos o de la ciudad han permitido que ellas accedan a otras culturas y formas de vida diferentes, o bien, acceden a su cultura y a la hibridación que hay entre la ciudad y su pueblo. Las mediaciones culturales juegan un papel importante al momento de apropiarse de un objeto. Existe un retorno a sus raíces y una reproducción de la misma a través de la tecnología, lo que implica que ese retornar también es hacia su identidad primaria y su cultura étnica, pero también es encontrarse con las otras culturas, extranjeras, locales, entre otras. La plataforma más usada por las informantes es YouTube.

##### 4.3. Redes sociales

Las TAH están inmersas en la cultura global tanto como en su cultura local. Es más, a través de las redes sociales es que ellas transmiten su cultura y su identidad. Las redes sociales son una herramienta para que ellas mantengan y creen su propia comunidad no solo en el ámbito análogo, sino ahora en el digital. No se concibe el celular sin sus redes sociales. Estas son las principales herramientas para que ellas transmitan muchos aspectos de su cultura, no sólo la étnica, sino de una cultura entendida como su forma de actuar y ser de manera colectiva e individual. No dejan sus raíces de lado, pero se adaptan al contexto urbano en el que están viviendo.

Los elementos principales que ellas transmiten en sus redes sociales son sus fotografías. En su mayoría están editadas. *"Me gusta verme en la foto y no en el espejo.*

*En el espejo me veo más rara, en la foto... porque estoy con selfie, la selfie se ve más clarito, como maquillado y todo*" (Entrevista Sofía, 2018). Entonces la selfie es una versión más clarito de ellas mismas. A través de las redes sociales, si bien existe una reproducción de la cultura, ésta está relacionada con la identidad de la persona, por lo tanto, también existe una reproducción de la identidad de la persona. El celular, por lo tanto, es un aparato de reproducción de identidad.

## 5. Más allá de los resultados

### 5.1. Apropiación

En los resultados presentados se ha encontrado tres elementos importantes en la apropiación del *toch*, nombre acuñado por las informantes, estos son: la cultura, la identidad y lo social a través del idioma, redes sociales y la música presentados anteriormente.

#### 5.1.1. Lo cultural en el *toch*

El celular, por las facultades comunicativas que presenta, satisface necesidades de seguridad familiar, afiliación y también seguridades identitarias en las TAH, dando lugar a que ellas creen comunidades siendo el idioma un elemento esencial en todo este proceso. Como señala Andrea Alemán, "El idioma es una reproducción cultural a través de las palabras" (2009: 78). No se puede separar la comunicación que ellas emplean de su cultura que se externaliza por el idioma. Es así que las informantes afirman hablar con su familia en quechua más que en español, esto normalmente se hace de manera oral, en las llamadas con crédito o las llamadas por WhatsApp.

"Es razonable asumir que los teléfonos móviles han abierto acceso a la comunicación y sus ventajas para las etnias minori-

tarias en diferentes países, dándoles lugar a acceder a otros tipos de comunicación tecnológica" (CASTELLS et al., 2007: 74). El mismo ha permitido que se conecten con sus raíces culturales y sus raíces étnicas, dando lugar a que se sienten seguras a pesar de estar lejos de su familia y su comunidad y, que al mismo tiempo, ellas reproduzcan su cultura.

Esta seguridad familiar, y también cultural, las obtienen al llamar a sus padres, hermanos y parientes que viven en su pueblo. Entonces, el celular no es sólo una herramienta comunicativa, sino también de conexión con sus raíces culturales. "Es una herramienta crítica para poblaciones emigrantes o que fueron desplazadas haciendo posible que ellos estén cerca de sus orígenes culturales" (2007: 114). Esto con el fin de que se reproduzca una sensación de seguridad en las mismas tanto en su cultura como en su identidad, a pesar de la independencia a la que están sometidas.

Entonces, a pesar de la autonomía a la que están expuestas, no existe un debilitamiento de sus raíces culturales, lo que se puede ver en el caso del uso del idioma presente en la comunicación a través del celular. El celular es una herramienta de conexión con quiénes ellas son y con las personas que han sido parte de su formación identitaria y no de la forma que lo plantea Castells al hablar del apoyo financiero<sup>3</sup> (2007: 264), sino se visibiliza un fortalecimiento identitario en ellas a través del celular.

Sus padres, su pueblo, son parte de su identidad y de su cultura. El celular lleva a que existe este fortalecimiento, ya que, efectivamente, a través del celular ellas no sólo se comunican con gente de su pueblo, sino que también a través de éste ellas transmiten quiénes son. Es decir, ellas van reforzando lo que son a través de la comunicación suscitada en el celular

porque se conectan con sus progenitores, siendo ellos parte de su socialización primaria, parte de sus raíces culturales, cultura, personalidad e identidad, por lo cual ellas usan el quechua para hablar con sus familiares, a pesar de vivir ahora en la ciudad y estar sometidas otro tipo de cultura. Esto no sólo con sus progenitores, también con sus amistades, con la gente de su pueblo reafirmando en ellas el concepto de cultura y cultura étnica.

A través del idioma (reproducción de su cultura étnica e identitaria) y del celular han creado una comunidad. Por los aspectos del celular, esta comunidad apela a que la persona, emisor o receptor estén presente para el otro. "Este aspecto hace que la comunicación a través del móvil tenga un valor fático-apelativo. Se apela al interlocutor a hacerse presente, a la vez que nosotros nos hacemos presentes para el grupo" (FERRAS et al., 2012: 305). Siendo el idioma un elemento esencial de todo el proceso. Ello es visible a través del quechua, el español y la combinación de ambos. Entonces, los dos idiomas conviven entre sí, a pesar de que uno, el español, es parte del contexto en el que viven. Castells (2007) afirma que, efectivamente, alrededor del mundo se ha visto una combinación del inglés con el lenguaje local. Empero, en las informantes se ha visto una combinación en el lenguaje local, quechua, y el español, mostrando la apropiación de la cultura contextual, pero además recreando con ello el mismo idioma. "[...] es un modo de definir la identidad de los adolescentes, tanto por sus características funcionales (por ejemplo, personalizando el dispositivo de diversos modos), como por la creación de códigos propios de comunicación (FERRAS, et al., 2012:300).

#### 5.1.2. Lo social en el *toch*

Desde hablar o chatear, el Internet es parte de todo el proceso mencionado, ya que

ha facilitado las interacciones de forma económica y práctica en su vida. A través de éste es más fácil comunicarse con sus familias y conectarse con sus raíces. Se ha visto que el concepto familia está muy presente en las respuestas otorgadas, mostrando que la otredad es fundamental para la creación de dicha comunidad. Existe mayor comodidad al hablar con sus hermanos, padres, que con sus amigos. "La aparición de las tecnologías de la información y la comunicación están desarrollándose múltiples formas nuevas de interacción entre las personas de manera virtual y sin necesidad de tener a la persona físicamente presente (a través de Internet, los chats, el correo electrónico, el móvil, etc.)" (MALO, 2006: 109). Dando lugar a que ellas construyen su comunidad virtual a través de los elementos mencionados.

"El móvil proporciona seguridad y tranquilidad, ya que les permite estar siempre localizados para sus allegados o por su propia seguridad, en caso de necesitar la ayuda de alguien" (FERRAS et al., 2012: 306). A través del celular han ido formando la identidad ya establecida y construida a partir de la comunicación con sus iguales. "Se busca el reconocer la pertenencia al grupo, confirmar en la distancia la relación social, la presencia en la vida del interlocutor, en definitiva, el «estar ahí»" (2012: 300). El Internet ha sido uno de los factores importantes para la consolidación de esta comunidad que ellas crean.

La llegada del Internet ha afectado no sólo la economía sino también la forma de comunicarnos y de crear comunidad "Internet; tecnología que también se ha expandido con rapidez y que brinda soporte a relaciones multilaterales de todo tipo: da vida a grupos virtuales, comunidades y organizaciones, así como a redes sociales a escala local, regional y global" (RUELAS, 2014:149). El Internet, efectivamente, ha posibilitado la creación de comunidades

virtuales. Como señala Ruiz: "Las distintas aplicaciones de los teléfonos móviles favorecen el establecimiento y mantenimiento de relaciones interpersonales. El uso de diferentes redes sociales como Facebook, Tuenti, Twitter, Instagram..., así como de herramientas de comunicación como WhatsApp facilitan dichas relaciones (2016: 360).

Estas aplicaciones, denominadas redes sociales, son herramientas de comunicación que facilitan el que se mantengan las relaciones interpersonales. A través del uso de estas redes no solo facilitan relaciones interpersonales de su comunidad sino también las relaciones de la gente que está en la ciudad. Las redes sociales son una herramienta para que ellas mantengan y creen su propia comunidad en el ámbito análogo y en el digital, como se mencionó en los resultados.

No se concibe el celular sin redes sociales, sin Internet, siendo este el que facilita la interacción entre ellas, su celular, su otredad y ellas mismas. La comunidad que las informantes están creando no está en *Facebook* sino en *WhatsApp*, porque no tienen la misma cantidad de amigos. "A través de Internet, sus aplicaciones y 'sitios' de encuentro afines, consiguen una apropiación simbólica de una realidad con la que identificarse y sentirse parte del grupo generacional, y del mundo" (Rubio, 2012: 4). Dentro de esta realidad con la que se identifican está presente su identidad y la transmiten en sus redes sociales a través de varios elementos ya mencionados en los resultados.

Si bien las redes sociales están destinadas a que se mantengan las relaciones interpersonales, también es una plataforma en la cual las personas pueden y dan a conocer sus pensamientos, emociones, identidad, cultura, entre otros. De hecho, las redes sociales, en la investigación se toman como elementos principales de apropiación,

entendiendo a la apropiación como un proceso mediante el cual el individuo recibe y transmite pensamientos, emociones, entre otros.

### 5.1.3. Lo identitario en el *toch*

La identidad se ha visto presente, al igual que la cultura y lo social, dentro de todo el proceso de consumo del celular. Sin embargo, al hacer la investigación se observó que la identidad de las informantes se externaliza a través de sus fotografías y a través de la música que escuchan.

"Podemos afirmar que el consumo genera identidad" (MALO, 2006: 107). El consumo del celular llega a que las personas configuren su identidad y la vayan construyendo a través de las aplicaciones que este presenta, ya que a través del mismo ellas externalizan quiénes son. Es por esto que se considera muchas de las aplicaciones que usan no sólo como solucionadores de problemas, sino también como elementos de gestión de identidad.

La fotografía está muy presente en los celulares. A ellas les gusta mirarse en la selfie antes que en el espejo, creando así una identidad a través de la pantalla del celular. "La imagen de uno mismo por momentos encanta y atrae. El referente se abstrae de sí mismo y se construye como pura retórica" (MUROLO, 2015: 697). Esta fotografía está relacionada con la foto de ellas mismas, la selfie, denominada como un autorretrato digital "que han entrado en una dimensión de popularidad rutinaria" (CARBALLO, 2017: 93) es un elemento que se encuentra en el día a día. Ellas se sacan sus selfie cuando salen bien en la fotografía o cuando están de buen humor y dejan de sacarse cuando no salen bien en la foto. Estas son publicadas en sus redes sociales y forman parte de los fondos de pantalla del celular y los fondos de pantalla de sus chats de *WhatsApp*. Entonces,

tal como afirma Castells (2007: 181), el celular se volvió "una proclama estética en miniatura del propietario". El autor señala: "Al margen de estas consideraciones, es evidente que las tecnologías móviles han acabado formando parte de los procesos de construcción de la identidad personal, no únicamente como instrumento utilitarista para la comunicación sino también como «una proclama estética en miniatura de su propietario»" (2007: 181).

Esta proclama estética es, sin embargo, desde el propietario para la otredad. Es decir, es una construcción desde una persona, para que su otredad, comunidad, la vean. Es por eso que el editor de fotos es imprescindible para muchas de las informantes. Por lo cual Carballo afirma:

Por un lado, el selfie da la posibilidad de editarse y también de "ser o aparentar ser nosotros mismos". Es decir, da la sensación de que es uno mismo, de que soy "yo", retratándose como se quiere ser visto o como se cree ser, y no la sociedad la que retrata. El autorretrato es la manifestación de una técnica individualista que pone al sujeto en "el mejor mundo posible" y a su vez, da una especie de retrato ganador (2017:105).

Es una presentación mejorada de uno mismo, por lo cual, las informantes responden que se ven más clarito en la selfie que en el espejo. Es decir, es una construcción de su realidad a través del celular. Estos datos señalan que al mismo tiempo es una construcción de su identidad desde el celular para la otredad. Entonces, Ferras junto a otros autores señalan que "Para la mayoría, el móvil es una extensión de su vida social, una forma de presentarse ante los demás, de mostrar su personalidad entre el grupo de iguales. Esta expresión de la identidad se observa tanto en el uso como en el propio dispositivo (carcasas de colores, tonos, iconos, fondos de pantalla...)" (2012: 304).

Esto da lugar a lo que se mencionó anteriormente y es corroborado por Castells, es una proclama en miniatura del propietario, pero no sólo abarca hasta esa instancia, sino que a través del celular hay una mirada de su realidad que ayuda a reconstruir esa realidad.

La construcción de esa realidad se observa con las fotografías, pero también con otras aplicaciones, especialmente con la música. Los diferentes estilos de música adoptados tanto de sus pueblos o de la ciudad han permitido que ellas accedan a otras culturas y formas de vida diferentes, o bien acceden a su cultura y la hibridación que hay entre la ciudad y su pueblo. Eso da lugar a que a través de la música ellas gestionen su identidad. La llegada del celular y la adopción de la música en su día a día para las TAH ha configurado "una notable incidencia transformadora en el consumo de ocio, en la gestión de la identidad individual" (Aguado y Martínez, 2006: 321). Mediante la música están reforzando su identidad previamente establecida, así como también su cultura, ya que "La música es un espacio de representaciones culturales y sociales" (ALEMÁN, 2018).

Dentro de la música se ha visto la relación entre los tres elementos mencionados, social, cultural e identitario. Las informantes van configurando lo que son a través del consumo musical, ya que, al estar en contacto con otro tipo de cultura, local, popular, extranjera, global; van interactuando con su cultura étnica que forma parte de su identidad. "Más allá del conocimiento los informantes reconocen que las tecnologías digitales en la red de Internet utilizadas para el ocio les pone en contacto con otros mundos, con otras culturas, otras formas de concebir la vida en sociedad" (LÓPEZ et al., 2015: 242).

Finalmente, el celular es un instrumento de reproducción de identidad, no sola-

mente un aparato comunicacional, en el cual se visibilizan procesos culturales y sociales. A través de este proceso y las mediaciones de las mismas, las informantes van construyendo su realidad, volviendo al aparato una "proclama estética en miniatura del propietario" (CASTELLS et al., 2007: 181). Es así que, esta temática se abre a repensar lo que desborda desde una tecnología comunicacional, como es el celular. La comunicación no es solamente entre el usuario emisor y el usuario receptor, la comunicación a través de las NTIC se abre a múltiples sentidos y mensajes desde las múltiples aplicaciones y usos.

## Bibliografía

- Aguado, J.M. y Martínez I. (2006) El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. ZER Revista de Estudios de Comunicación. (20), 319-343.
- Alemán, A. (2018) Música popular y las NTIC. Opinión, 26 de octubre.
- Alemán, A. (2009) Recorridos en voz y texto: El consumo cultural del celular por la población del municipio de Tolata (Provincia Germán Jordán) entre junio a diciembre del 2008. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Antelo, S., (2015) Bolivia es el país más indígena de América Latina. Sol de Pando. 9 de agosto.
- Carballo, P., (2017) La emergencia de la mirada sociológica: Análisis sociológico sobre las dimensiones sociales de las imágenes. Revista de Ciencias Sociales, 1 (155), 91-109.
- Castells, M. et al. (2007) Comunicación móvil y sociedad. Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica.
- El Deber (2017) Trabajadoras del hogar, ¿cómo están hoy? El Deber. 29 de marzo.
- Ferras, C. et al. (2012) La influencia del teléfono móvil en la conformación de la identidad de los adolescentes rurales. Estudio de caso en Galicia. Boletín [en línea] (60). Disponible en <<https://www.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/issue/view/90>> [consulta: 30 enero 2019).
- Hernández, R. et al. (2006). Metodología de la investigación. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Los Tiempos (2018) Bolivia está más conectada pero aún se reclama Internet

de calidad y mejor costo. Los Tiempos. 17 de mayo.

López, J. et al. (2015) Revisión del concepto de ocio: Una interpretación desde el ocio digital. En: La construcción social de la experiencia de ocio cultural. López-Sintas, J. (comp.). Barcelona: OmniaScience, 55-103.

Malo, S. (2006) Impacto del teléfono móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años. Comunicar [en línea] (27), 105-112. Disponible en: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802716>> (consulta: 30 enero 2019).

Murolo, N. (2015) Del mito del Narciso a la selfie. Una arqueología de los cuerpos codificados. Cundinamarca: Universidad de La Sabana.

Opinión (2018) El número de celulares en Bolivia supera al de su población. Opinión. 9 de julio.

Pally, A., (2012) Migración del campo a la ciudad. La Patria. 1 de enero.

Ruelas, A. L. (2014) El teléfono celular y los jóvenes sinaloenses: Adopción, usos y adaptaciones. Comunicación y sociedad [en línea] (21), 101-131. Disponible en <[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2014000100005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2014000100005&lng=es&tlng=es)> (consulta: 30 enero 2019).

Rubio, Ángeles (2012) Jóvenes en red, generación digital y cambio social. Diputació Barcelona [en línea]. Disponible en: <<https://www.diba.cat/documents/95670/96986/joventut-fitxers-2010rubio-pdf.pdf>> (consulta: 30 enero 2019).

Ruiz, J., Sánchez, J. y Trujillo, J. M. (2016) Utilización de Internet y dependencia a teléfonos móviles en adolescentes. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 14 (2), 1357-1369.

WIEGO (n.d) Trabajadoras y trabajadores del hogar. Wiego [en línea] disponible en <<http://espanol.wiego.org/economiainforma/>

mal/ocupaciones/trabajo-del-hogar/> (consulta: 30 enero 2019).

## Entrevistas

Sofía (2018) [comunicación personal] 23 de octubre de 2018.

Valeria (2018) [comunicación personal] 29 de octubre de 2018.

Gabriela (2018) [comunicación personal] 1 de noviembre de 2018.

## Notas

1 Sofía, Valeria y Gabriela son nombres que cubren la identidad de las informantes, tanto por un requerimiento de ellas como por una postura ética de protección al informante.

2 El celular de tecla son los que presentan botones analógicos, en cambio en toch son los celulares inteligentes que poseen pantalla táctil.

3 Castells y otros autores señalan: "aunque la tecnología aumenta la autonomía de los jóvenes como seres independientes y comunicativos, no suele llevar al debilitamiento de la relación de dependencia entre los jóvenes y las instituciones sociales tradicionales, en especial la familia, en la forma de apoyo financiero y/o la vigilancia paterna" (2007: 264).