

Ciberspacio y ocio en las generaciones que llegaron tarde

Cyberspace and leisure in the generations who got late

Vicent A. Querol / vquerol@uji.es

Universitat Jaume I, España

Abstract: This article seeks to understand the practices and social uses of leisure for people over 44 years of age under forms supported by ICT, on the basis of fieldwork and 11 qualitative semi-structured open interviews covering a broad professional spectrum. Understanding generation as production of a set of generative schemes from which one perceives the world and acts on it, also with different social positions that will determine these leisure practices from the ways of introduction to ICT at the sphere of work. We found emotion as a central node of enjoyable activities is linked to relational rather than proper leisure activities; the more delayed their socialization in cyberspace, the more diversity in their adaptations; and their uses break a passive prejudice on them and demand concrete functions on software and technology.

Key words: cyberspace, ICT, leisure, elderly, social uses.

Resumen: Este artículo pretende comprender las prácticas y usos sociales del ocio en los mayores de 44 años, con base en formas de uso sustentadas por las TIC y basadas en un trabajo de campo cualitativo con 11 entrevistas abiertas semiestructuradas, las cuales cubren un espectro laboral diverso. Se parte de la generación como productora de un conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales se percibe el mundo y se actúa en él; junto a las distintas posiciones sociales que serán determinantes en estas prácticas de ocio por su introducción en las TIC desde la esfera del trabajo. Encontramos que: la emoción como nodo central de las actividades agradables se vincularía más con actividades relacionales que propiamente ociosas; cuanto más tardía su socialización en el ciberespacio, más diversidad de adaptaciones; y sus usos rompen el prejuicio pasivo y demandan funciones concretas a la tecnología y al *software*.

Palabras clave: ciberespacio, TIC, ocio, mayores, usos sociales.

Introducción y consideraciones teóricas

Esta investigación tiene como objetivo abordar el ámbito del ocio en los mayores de 44 años, con base en formas de uso sustentadas por Tecnologías de la Información y de la Comunicación (en adelante TIC). Éstas son usadas por la sociedad, entre otros múltiples fines, con el propósito de entretener y entretenerse, como medio de acceso comercial a ese entretenimiento, como gestión del tiempo libre o como búsqueda de posibles formas de entretenimiento.

En general, cualquiera de éstas parecería tener su versión, su expansión o su comercialización en el ciberespacio. La capacidad de este medio nos permite acostumbrarnos, cada vez más, al ocio dentro de los confines del ciberespacio (Lawrence, 2003: 312). De este modo, en esta posibilidad de trasladar el entretenimiento al ciberespacio, “la parte lúdica de nuestra sociedad tecnológica abarca una variedad de entretenimientos en los que se efectúa un *viaje virtual al ocio*” (Martínez, 2009: 75).

Por su naturaleza, el ámbito del ocio adquiere aquí unos contornos distintos en cuanto incluye a personas jubiladas también. La visión clásica de una desaparición de la oposición entre trabajo y tiempo libre, presente en algunos de nuestros entrevistados retirados, conlleva unos tiempos de aprovechamiento del ocio, a priori, esencialmente distintos. Así, tras el paso a la jubilación, posiblemente se hallarán actitudes respecto al ocio más cercanas a la *necesidad de búsqueda* frente a la *necesidad de escape* (Crompton, 1979), debido al componente de huida del estrés y obligaciones del trabajo que contiene esta última necesidad y que, creemos estará menos presente una vez abandonado el trabajo formal.

No obstante, tampoco podemos dejar de observar críticamente la clásica frontera convencional entre trabajo fuera de casa y ocio, pues las situaciones propias de cada persona pueden ejercer presión sobre una serie de deberes cotidianos alejados del tiempo libre o del ocio. En consecuencia, no encontraremos una etapa homogénea en el uso de los tiempos tras la jubilación, sobre todo si incluimos los dos sexos. En este sentido, el ciclo vital de las mujeres continúa manteniendo unas cargas de trabajo —incluyen el trabajo profesional-académico y el doméstico-familiar— tras los 65 años que disminuyen considerablemente en el caso de los varones.

Si ahora nos fijamos en el tiempo libre, una visión de conjunto de los más mayores permite dictaminar más tiempo de ocio; ahora bien, éste crece notablemente en el caso de los varones y queda más mesurado en el de las

mujeres (Ramos, 1995). Por otro lado, también la llegada de la jubilación supone tradicionalmente una merma en cuanto al aislamiento económico y social que ya analizaron, tal como explica Álvarez Sousa, Parsons en Estados Unidos o Touraine en Europa (Álvarez, 1994: 317).

El ocio, como creación de la civilización industrial, acrecienta su protagonismo en la vida de los trabajadores en torno a un progreso técnico que permite una reducción del trabajo o, cuanto menos, de los trabajos de mayor exigencia física. Este avance supone un cambio hacia esta cultura del ocio que, de forma recíproca, ha afectado las formas propias del trabajo durante el siglo XX y el comienzo del siglo XXI.

Además, el condicionamiento técnico crea nuevos ocios mecánicos —desde la televisión y la radio al ocio en el ciberespacio— que afectan a los usos de los individuos (Dumazédier, 1968). Unos efectos sobre los usos que estarán mediados por las formas de consumo del grupo social en concreto, por el estado del ocio en esa cultura o por los usos generacionales propios en este ámbito del ocio (Katzenmeyer, 1995). De este modo, “cualquier estudio objetivo del condicionamiento de los ocios debe tratar de destacar la acción de los determinantes económico-sociales” (Dumazédier, 1968: 78-79).

Las formas de ocio que practican las generaciones estudiadas se enmarcan en expresiones comedidas, relativamente institucionalizadas y de las que, a priori, tampoco los modos tecnológicos de reproducir las actividades recreativas serían ajenos. Tras la etapa de socialización de las personas durante su infancia y primera juventud, los momentos de ocio tienden a ser menos liberadores e incardinados en las distintas pautas sociales. Siguen presentes, en la mayoría de los adultos, un componente central relacional, pues un ocio así anticipa satisfacciones en positivo y bajo una concepción del evento ocioso como base de construcciones sociales y relacionales (Kelly, 1983).

En cualquier caso, el ocio en general se expresa desde el autocontrol de los propios individuos, ya que la normalidad para los adultos pasa por “saber cómo tensar las bridas de sus emociones fuertes” (Elias y Dunning, 1992: 85) y no sólo en situaciones públicas, sino también en el ámbito de la privacidad y la intimidad. El ocio, según Elias y Dunning, se expresa en múltiples ocasiones a través de la “mímesis”, en unas actividades que no suponen una representación de la vida real, sino que “las emociones (los afectos) que provocan guardan relación con las que se experimentan en la vida real” (1992: 103).

La necesidad de búsqueda o de escape que se formulaba en el párrafo anterior se concreta entonces, no en una liberación de tensiones, sino en el “aumento de una tensión-emoción agradables” (Elias y Dunning, 1992: 113).

También las actitudes y la libertad percibida en las prácticas ociosas quedan afectadas por los acontecimientos vitales (trabajo, familia...) a lo largo de la vida adulta (Janke *et al.*, 2011: 52-69).

Por otro lado, este crecimiento de una *civilización del ocio* (Dumazedier, 1968) plantea una relación de estos consumos más bien lejos de la reflexión como progreso social a través del ocio o en el sentido marxista, donde el ocio es el espacio del desarrollo humano; más concretamente, como apuntaba Paul Lafargue (1991) en *El derecho a la pereza*, diciendo que quien no aprovechaba o no sabía emplear su tiempo libre era un hombre incompleto, retrasado o enajenado.

El ocio en nuestras sociedades se encuentra ligado a los procesos de consumo de los individuos. Y tanto las búsquedas como los escapes que refieren los autores anteriores se insertan en los cambios producidos por la sociedad global y posmoderna. Los efectos fundamentales de estos cambios en nuestras sociedades avanzadas se desarrollan en lo que se ha denominado la fragmentación del consumo (Alonso, 2002), condicionada a una oferta diversificada que sugiere unas prácticas de ocio acordes con la flexibilización de las ofertas. El escaparate que presenta internet se adecua a unos consumidores que escogen productos de ocio individualizados de entre una gama segmentada por distintas posibilidades monetarias, intereses y aficiones, etcétera.

En el ámbito del ocio, permanece, tal como en las demás esferas analizadas, un fuerte componente generacional. En este sentido, las apropiaciones de la tecnología siguen siendo parciales, de manera que el grado de identificación con los usos del ciberespacio por parte de los mayores se compara con el de la siguiente generación, cuya apropiación es percibida como más completa. En este caso, vemos que junto a la prensa más globalizada se busca la información sobre temas locales, sobre el pueblo de origen y las páginas publicadas al respecto. Y no por ello, visto un uso *glocal*,¹ que atraviesa la información a diversas escalas, se percibe ese consumo como una apropiación de internet. Entonces, más allá de unos cuantos temas de interés, la red se aparece como algo ajeno.

En esa comparación con el *rol pivote*² (George, 2006) que juegan los hijos en cuanto a la tecnología se produce una identificación débil, y ello a pesar

1 Este uso se refiere aquí al acceso a una red global que, junto a los aspectos de ámbito internacional, permite satisfacer intereses mucho más locales y cercanos a la cultura más próxima.

2 Tal como lo expresa la autora sobre las comparaciones sociales que usan las personas mayores “wechooseto compare ourselvesplay a pivotal role” (George, 2006: 328).

del uso cotidiano que se le da, probablemente debido a la sensación de posibilidades con que ven usar a los otros las TIC. Pivotar sobre otros miembros de la familia supone subordinarse a su capital simbólico, a su conocimiento en este ámbito. Los mayores reducen la visión del escaparate *online* propio de la fragmentación del consumo posmoderna y lo usan como una herramienta centrada en unos intereses individuales sobre el ocio menos fragmentados.

Pero pá mi modo de ver la vida y a la edad que tengo, internet me gusta... más la prensa, más temas de V-pueblo, temas de la I-pueblo, a ver qué ha pasao aquí. Pero no le veo yo pá mí. (E1)

Esta ausencia de identificación plena con el ciberespacio por parte de estas generaciones no impide toda una serie de apropiaciones diversas en sus usos ociosos del ciberespacio. El siguiente análisis da cuenta de la capacidad de introducción a un medio —construido socialmente— como hostil a los más mayores, por un lado; y en un ámbito como el ocio, por otro, que sustenta valores percibidos como peyorativos desde una educación generacional centrada en el valor del trabajo. Sin embargo, los usos de los mayores acercan las esferas del trabajo y del ocio en una representación distinta de esta relación. Otras representaciones afectan a este tipo de ocio, en este sentido la categorización de los mayores sobre el valor social de lo presencial frente a lo virtual determina el rechazo de algunas de las prácticas de ocio en el ciberespacio.

Los mayores no son ajenos a la popularización de la imagen digital y a la práctica de la fotografía como afición. Una de sus consecuencias es la transformación de la imagen a un medio de representación e interacción en la red. Los mayores usan entonces la imagen como otro contenido más que transmite sus experiencias, sus inquietudes y que puede, en parte, definir su identidad. Por último, se presentan las actitudes y usos de los mayores ante las nuevas formas de viajar, de informarse o de entender la informática como una afición.

La socialización familiar del ocio

Una vez explorada la construcción social del ocio en el ciberespacio pasamos a analizar algunas de las formas en que los mayores se adentran en él. La institución familiar se presenta como un campo de juego donde se transmite el ocio digital. Se da un proceso de socialización inversa; los mayores se van incorporando, en el entorno familiar intergeneracional, por imitación de los jóvenes.

Y aquí se miran en el espejo de las siguientes generaciones en un proceso por el que se comparan a otros *roles-pivote* (George, 2006: 328) en esta

práctica social. Los mayores se comparan con sus hijos, observan sus hábitos de consumo en el ciberespacio y prefieren delegar, al menos temporalmente, en la siguiente generación las funciones relativas a la tecnología y aquellas más riesgosas, como las compras *online*. Los entrevistados expresan temores³ sobre usos que ven realizar a sus hijos; o, de alguna manera, los mayores ven las conductas de la siguiente generación como un valor —“No me atrevo” — sobre el cual se proyectan sus posibles usos en un futuro.

No me atrevo aún el dar la tarjeta y todo eso. Así como mi hijo sí que veo que compra viajes y tal. (E1)

De estas expresiones podemos inducir una concepción etérea del dinero: el electrónico junto a unas transferencias en las que no aparece otra persona dando fe del acto de compra, constituyen un hábito de compra distinto. No se trata solamente del pago con tarjeta, sino de la desaparición del recibo justificante, sin una firma *escrita* que la avale, etc. Así, en algunas de las prácticas de ocio que el ciberespacio ofrece todavía no se sienten autónomos; aunque, eso sí, perciben la normalidad con la que sus hijos realizan estas acciones.

Las ofertas de ocio turístico en internet son un lugar común sobre el que se difunden las ventajas, en cuanto a costes económicos que comporta el realizar una compra por el canal digital, frente a hacerla a través de agencias de viajes tradicionales. No obstante, todos los viajes que nombran son los que hacen *ellos*, pues los mayores siguen pivotando sobre las prácticas de ocio turístico de sus hijos. Los usos de la generación siguiente son entonces la vía de introducción por imitación, la vía por la cual se normaliza una práctica a efectuar pero que despierta cautelas y recelos.

Y viajes todos, Venecia han ido ellos. Tantantam “Venecia, vuelos más baratos”, aquí, allá. (E1)

La actitud sobre estos usos tecnológicos varía cuando la posición dentro del grupo familiar es distinta. Es decir, cuando los otros miembros del grupo pivotan sobre uno mismo, los mayores adoptan una visión del ocio en el ciberespacio más activa. En otras formas de entretenimiento como el cine o la música, los mayores saben de la posibilidad de descargar esos materiales audiovisuales. La mera existencia de esas prácticas genera una actitud positiva, como algo que habrán de llevar a cabo en el futuro inmediato.

3 Algunos autores han tratado de definir los miedos en un enfoque distinto a nuestros intereses, a través de obras como *Technophobia*. No obstante, se recogen recelos interesantes en la actitud que recogemos aquí de forma puntual como la cautela excesiva ante los ordenadores (Brosnan, 1998: 16).

Soy religiosa y estamos en una comunidad, que somos tres. Y dentro de todas las compañeras de provincia, a nivel de provincia, hay quien lo maneja muy bien, lo domina muy bien. Entonces yo me defiendo, considero que me defiendo. O sea, lo de grabar por ejemplo, lo de borrar también, el Nero también, o sea lo del disco; todo esto de grabar discos también. Lo del cine todavía no me he metido, lo de bajar películas, pero también es algo que un día lo haré. (E7)

En este caso, se podría establecer una analogía entre familia y comunidad religiosa. Aquí, además de la posible transmisión horizontal del conocimiento, la usuaria toma el liderazgo y explora el ciberespacio como herramienta de ocio. En este tipo de acercamiento observamos un camino recorrido y otro por recorrer; al igual que con el temor a ocupar las tarjetas de crédito expuesto anteriormente, en el que se apuntan los usos futuros, también aquí se proyectarían. En cualquier caso, eso sí, con menor cautela y con una actitud más activa, tal como demuestra la predisposición a usar dicha herramienta en un tiempo futuro inmediato.

La posición en el grupo condiciona las actitudes sobre los usos ociosos del ciberespacio. Pero son también las actitudes del entorno inmediato sobre los propios adultos mayores otro de los factores significativos. En el sentido que describía Margaret Mead (1997) con sus *sociedades postfigurativas*, el contagio y la socialización conducen a una posición invertida de las generaciones. Los artefactos pasan a los mayores, en ocasiones, de la misma manera como se envían los ordenadores obsoletos a los países en desarrollo.

De la misma forma como los teléfonos móviles son heredados de los hijos (Querol, 2010), parecería extenderse esta práctica hacia todo lo digital. Los artefactos que se usan para las prácticas de ocio, como en el caso de las cámaras fotográficas digitales que nos narra la entrevistada, se heredan como el artefacto de segunda, como el objeto gastado que ya no sirve para la generación más joven (Morace y Corazón, 1993).

En este sentido, se sigue reproduciendo la brecha digital por edad en el ámbito del ocio. Volvemos sobre la *estrategia de tierra quemada* por la cual los jóvenes van desplazándose a posiciones de consumo tecnológico de vanguardia, al tiempo que ceden a sus mayores los productos obsoletos que ya no son deseados entre su *clase de edad* joven (Bourdieu, 1988; Martín, 1998).

La fotografía digital también la tocas...

Ah, sí. Heredé una máquina también, yo lo heredo todo. (E10)

En este contexto de interacción familiar, a pesar de las reticencias, los mayores responden a la socialización de hijos a padres y se acaban convenciendo temporalmente de las bondades de la red para preparar viajes. Entonces se le

reconoce al ciberespacio su valor informativo y sus posibilidades, para luego realizar un uso crítico del ciberespacio, lo que Goffman denomina *participación vinculante*. En este sentido de la participación⁴, el individuo se sumerge en la actividad, sin emitir demasiados juicios y, para el caso del ocio, en un proceso de absorción hacia el entretenimiento, en que “nos sentimos atraídos por el poder hipnótico de lo breve y fragmentado” (Cerezo, 2008: 4). Ahora bien, la propia consciencia del entrevistado de que el ciberespacio *engancha* queda ya en otro plano de la participación. Juzgan el uso como pernicioso para sus hábitos de consumo ocioso *saludables*, el ocio en el ciberespacio resulta desviado de la norma (Goffman, 2006).

Internet. Vamos, yo he entrao en internet, mis hijos se empeñaron y al final, vale. Y empecé a engancharme con mis aficiones. A mí me gusta mucho viajar. Entonces me metía; Varsovia, pam. Y verdaderamente no puedo dejar de reconocer que es increíble ¿no? En fin, Auschwitz, habíamos estado en Polonia en el campo de concentración de Auschwitz y empecé a salirme, por ejemplo, una dirección que me ofrecía si un familiar mío había perecido en Auschwitz, en Dachau o en Matthaussen o en Teresistar ¿no? Y el consejo nacional judío no se qué y tú hacías click, Samuel Brumental, pam. Millones de nombres cuyo destino se había dicho que era... Y me enganché. Pero sobre todo entraba en ciudades. (E6)

[...] pero al final me di cuenta, uy, esto me sustrae de mi afición principal que es leer. (E6)

El adulto mayor, consciente de esta capacidad hipnótica, ya no experimenta plenamente esa absorción, sino que su mirada se distancia de su práctica. Si observamos el campo semántico anterior, se expresan en un sentido más propio de las adicciones. Podemos establecer una analogía con el adicto arrepentido que reconoce su vicio —“Me enganché”— para inmediatamente ensalzar su capacidad de vencerlo.

Por otro lado, en el nivel de la práctica social narrada, la capacidad de atracción del medio se produce experimentando algo que podríamos denominar *una representación digital de otra representación turística de un original*; en este caso del turismo en un campo de concentración que, afortunadamente, ya no existe. Paradójicamente, este fenómeno conduce a una percepción “hiperreal” (Baudrillard, 2002), gracias a la recreación producida por la sofisticada tecnología contemporánea (Cohen, 2005: 14). Las conexiones entre páginas, la navegación por enlaces va generando en el usuario una curiosidad sin límites, en una participación plena en búsquedas flexibles y a demanda del usuario.

4 Para Goffman (2006:360) la participación es “un proceso psicobiológico en el que el sujeto se torna al menos parcialmente inconsciente de la dirección de sus sentimientos y de su atención cognoscitiva”.

A pesar de ello, los hábitos de consumo cultural de toda una vida acabarán despertando de esta *hipnosis* del ciberespacio, pues se abandona esta práctica y se vuelve a los usos anteriores. En este extremo del discurso, el peso generacional arrastra hacia hábitos previos donde se prioriza el calado de profundidad al que les tiene acostumbrados la lectura de libros. En consecuencia, abandonan el ciberespacio, pues allí “la información se vuelve, en esa búsqueda de fragmentación y liquidez, cada vez más simple” (Cerezo, 2008: 3).

Se considera un tiempo incompatible con otros tiempos de ocio, en el cual probablemente el entrevistado encuentre en este punto la disyuntiva entre la elección de la profundidad del libro frente a la superficialidad de la red. Esta entrada y salida en la red viene a mostrar una visión del ciberespacio donde tanto la *sociedad* como el *conocimiento* quedan fuera de la red; y el ciberespacio se muestra como una herramienta más para el entrevistado, aunque tampoco la mejor.

Ante el empeño e insistencia del entorno familiar, usos como el anterior entran a internet en busca de una continuidad en los hábitos de consumo cultural y ocioso. En otras ocasiones, son los hijos de estos adultos mayores quienes frenan el ímpetu precisamente de estos últimos. Unos hijos que reivindican un mantenimiento del amateurismo en el *hobby* practicado condicionan así a sus padres a una práctica más bien superficial. Aquí, por ejemplo, se impide que la aficionada a la fotografía conozca y se desarrolle más profundamente en este campo. El argumento de la instantánea y el saber espontáneo podría ocultar una posible ampliación e intensificación del *hobby* y, por lo tanto, del consumo electrónico o del consumo en fotografía.

[¿Ha hecho algún curso de fotografía?]

No, no, me han dicho que no lo haga; que lo estropearé, que me salen bastante bien. Mi hijo me ha dicho que ni lo intente. Que me salen muy bien, y me dice “Lo estropearás”. [Pasa unas fotos y suena la máquina]. Esto lo he de quitar, el sonidito, que no me he dado cuenta. Dice que me salen muy bien, me salen, no sé cómo decirte... Yo cuando lo veo, no me lo pienso, ¡pap! Y salen bonitas. Y pensaba “¿qué no iré a...?”, “no vayas que lo estropearás, entonces lo pensarás mucho y no te saldrán las fotos tan...” ¿me entiendes lo que te quiero decir? (E10)

La exploración del ocio que explican los entrevistados ofrece gratificaciones inmediatas; pues las posibilidades de la imagen digital residirían en un uso con bajo nivel de frustración, donde el método de ensayo y error, tal como expone la entrevistada, posee una dinámica muy fluida que aborta cualquier desencanto.

Nos encontramos ante el hecho paradójico de que los hijos actúan de forma “paternal” con los padres. El entorno coarta los deseos de expansión

y aboga por un mantenimiento de la “ignorancia” que destila un “paternalismo” prejuicioso sobre las capacidades de los mayores. Los hijos limitan el potencial de expansión de los intereses de la persona mayor, al menos cuando estos intereses o aspiraciones son mediados digitalmente. Esta infantilización de los mayores traslada el capital simbólico sobre las normas de conducta a los más jóvenes o los hijos. Algunos caminos de desarrollo personal quedan condicionados por las prohibiciones explícitas del entorno inmediato, pues frenan usos más complejos relativos en este caso al ocio fotográfico.

En la familia, del mismo modo que se suelen compartir las cosas, se hacen usos colectivos de algunos artefactos digitales. Esta apropiación colectiva de objetos de consumo queda contrarrestada por la tendencia a la fragmentación del consumo y la apropiación individual de los productos. El acto de prestarse objetos tecnológicos se facilita cuando los dispositivos no demandan una gran sofisticación de uso ni tampoco una carestía que imponga una protección incómoda⁵ del objeto. Una especie de introducción a la práctica de un *hobby* como la fotografía digital es con un préstamo familiar, su uso es temporal, en periodo de prueba y previo a la compra y posesión individual de la tecnología.

Las máquinas, sí, me la dejó mi hermano. Me la dejó cuando fuimos al viaje, en el tercer curso, que fuimos a Extremadura, e hice muchas fotos y me gustó. Eso va muy bien, porque las haces y luego, si no te gusta alguna, la tiras. (E10)

La tecnología se comparte para luego utilizarla de manera individual. Así como venimos analizando, los distintos artefactos, tanto en el ámbito laboral como en el privado, van siendo poseídos de forma individual tras un periodo breve que correspondería a estos últimos años cuando se ha dado un uso compartido. En estas formas de apropiación de las TIC, los mayores transcurren por un periodo de prácticas antes de la apropiación real, el cual no puede prolongarse indefinidamente, pues esto provocaría una situación de apropiación ficticia de la acción y del objeto (Goffman, 2006). En algún momento, la apropiación deberá ser plena, independientemente de que el uso sea individual o compartido.

El proceso de socialización en un ocio mediado por las TIC toma en estas generaciones, como venimos contando, un sentido de hijos a padres. Sin embargo, también los hijos son socializados por sus padres en el ocio virtual cuando nos encontramos en la posición discursiva de los *pioneros*. Los mayores, en sus visiones más militantes del uso tecnológico, no escatiman en

5 El hecho de que los individuos se presten objetos de alto valor en el mercado puede generar conductas incómodas por la sobreprotección que se le dispensa al objeto prestado.

recursos para socializar a sus hijos en el ciberespacio, por lo que se produce una introducción temprana de los niños en la esfera del juego y del ocio tecnológico. De la misma forma que se introducía a los hijos en el uso instrumental de las tecnologías, como un medio para las tareas del colegio, los juegos y el ocio se perciben como una extensión lúdica de aquellos usos más serios.

Los primeros juegos de ordenador, que no te cuento cómo eran, que incluso, vamos, unas cajas así [abre las manos] eran, con toda la... ¡Madre mía! Nada del CD de ahora pequeñito, que no se nota, aquello era increíble. (E3)

Sin embargo, la rápida apropiación de los menores en el campo del ocio tecnológico precipita una cesión del *testigo tecnológico* de padres a hijos. Así, en las proyecciones de algún tipo de hobby, como en este caso la fotografía, se muestra el breve lapso en que la socialización tecnológica ha podido estar dominada por los progenitores en el seno de las familias.

[también álbumes de estos para la niña?]

Eso lo hace más su hermano mayor. Yo al principio lo hacía. (E5)

Con el dominio de las TIC por parte de los *nativos digitales* (Prensky, 2001), las formas de aprender y socializarse en el ciberespacio en el seno familiar parecen estar en proceso de reestructuración. En este sentido, la ruptura con las normas vigentes levanta expresiones de denuncia sobre el control de los hijos. Surgen discursos alrededor del rol perdido por las familias en cuanto a inculcar valores a los hijos frente a los *valores* que transmite un videojuego, propugnando la censura o limitación de un uso más instrumental. El discurso tradicional sobre los videojuegos los ve como un arma de doble filo que requiere el control estrecho de los progenitores.

Lo del videojuego también aísla. [...] Y lo que hace falta es que los padres pues sepan también lo que los hijos ven, controlen. Si yo no controlo y mi hijo tiene un televisor en su habitación, pues verá lo que le dé la gana. O sea, que ahí mientras son pequeños los padres tienen mucho que aportar. En positivo o en negativo. (E7)

Las formas de ocio en el ciberespacio se incardinan en las estructuras familiares y pueden producir, tal como expresan los mayores, una serie de cambios que afectan la socialización y aprendizaje. Pero también son otros aspectos importantes los que preocupan en este proceso de cambio; desde actitudes de los hijos que coartan los usos de los mayores hasta un cierto vacío de control y de valores cuando se trata de socializar a los pequeños en el uso los videojuegos.

Tras realizar este análisis sobre una transmisión familiar del conocimiento en TIC donde los mayores se convierten en los elementos a socializar en la

familia, pasamos a un aspecto concreto de la apropiación de estas tecnologías por parte de los mayores. En este sentido, nos fijamos en las prácticas sociales de estas generaciones en cuanto a la imagen digital.

Relacionarse con imágenes. *De la fotografía como hobby a las imágenes digitales en el ciberespacio como representación de la persona*

La revolución de la fotografía digital nos lleva a un tratamiento específico de la misma como uno de los exponentes del ocio digital que vienen proliferando en los últimos años. Los adultos mayores, al recordar la práctica de la fotografía analógica, expresan la mayor facilidad y accesibilidad que ha supuesto el uso de la fotografía digital. Los usuarios que acceden a la fotografía digital como ocio y conocieron las formas anteriores de la fotografía analógica, la sienten más accesible. De las dificultades de espacio y técnica del laboratorio o el cuarto oscuro se pasa al *software* de tratamiento de imagen. Los montajes que envuelven la fotografía, por lo tanto, reducen sus necesidades de espacio, de componentes químicos de laboratorio.

La fotografía, en estos años, ha sufrido un proceso de *popularización* por el acceso de la misma al consumo de masas. Este proceso deriva del abaratamiento de costes en equipamiento amateur y la facilidad de uso que han acabado extendiendo este *hobby* a las masas. Por otro lado, la fotografía puede ser almacenada, enviada por correo electrónico, tratada y modificada en el *software* del ordenador, etc. Esta compatibilidad de los periféricos (cámaras, impresoras) con el *software* de tratamiento de imagen y con internet, suponen un impulso más en la extensión de este tipo de ocio. Parece que la sustitución del carrete por un soporte de almacenamiento y gestión de archivos de imagen abarata la práctica de “echar fotos”.

Es que se ha facilitado muchísimo. Antes para tener cuatro tenías que malgastar muchísimo dinero, eran rollos y rollos y rollos [...] Hoy en día tienes fotos de todo, de todo, de todo, y no gastas ni una perra. (E5)

[...] Para las fotografías digitales que yo no tenía ni idea de fotografía, pues ahora incluso cojo fotografías, que tengo una cámara, y hago, no muchas maravillas, pero cambias una cosa, la haces vieja, la haces color sepia, cuatro chorradas. (E5)

Contrariamente a la *generación Facebook*⁶ que incorpora el hábito de capturar y exhibir sus imágenes, aquí la relación con la imagen todavía resulta

6 La *generación Facebook* se caracteriza por la exhibición de imágenes de su ámbito privado en plataformas digitales de acceso más o menos público. La captura de las imágenes de la vida cotidiana propia proyectan una identidad que se vehicula desde el *yo* hacia la sociedad.

desmesurada, casi un abuso en el registro permanente de la cotidianidad, cuando “tienes fotos de todo, de todo, de todo”. Por otro lado, los mayores observan con cierta distancia el uso de la imagen que hacen los más jóvenes. Para éstos, la fotografía sirve para comunicarse, es una expresión que registra sus actividades de la vida cotidiana y se interactúa mediante ellas.

Los mayores se expresan con contundencia cuando separan los dos mundos generacionales. Nos encontramos aquí con discursos refractarios sobre la capacidad de la imagen para vehicular las interacciones entre individuos. Ellos ven que en estos usos de la imagen, de carácter “muy sugestivo”, “lo expresivo se convierte en mercancía, intentando siempre conseguir que el poder siga estando en su lugar” (Martín, 1998).⁷

Se envían fotografías de donde están, las imprimen. El otro día estaba explicándole a su madre. Dices, joder, verdaderamente es muy sugestivo. “Mira papá, las fotos éstas las puedo pasar aquí, a continuación las imprimo, y si no las envío a Novia, y a continuación hablo con ella...” Y ese universo, ellos no se pueden sustraer. Pero, yo como no he ingresado nunca en él, pues permanezco inmune y te puedo asegurar que tranquilo. Espíritu del ánimo tranquilo. (E6)

Estaríamos, en este caso, ante una visión generacional más impermeable a estas nuevas formas de uso de la imagen. La fotografía, vista por los mayores como medio de expresión artístico, se transforma en los jóvenes en un modo de interacción que todavía les resulta ajeno.

La fotografía se exhibe en el ciberespacio, y las redes sociales sirven de plataforma donde se refuerzan los contenidos escritos y gráficos de índole personal. Así, el *hobby* se comparte en la red alimentando la interacción. La fotografía comunica aspectos sobre la identidad de la persona, el espacio donde está anclado, el que transita... pues “la imagen ofrecida a los demás es lo que situamos en el mercado social en espera de ser aceptados, queridos, deseados, comprendidos. Es tremendo pensar que somos nuestro propio anuncio” (Rivière *et al.*, 1992: 37).⁸ Los mayores ven posible la presentación de sus identidades a través del ciberespacio. Nos encontramos en la transición del uso tradicional de la imagen a otro uso, más relacional e interactivo; se discute de la captura de imágenes hacia su exhibición en el ciberespacio.

No me atrevo a colgar fotos. Pero ahora colgaré, que tengo muchas. Tengo carpetas, tengo una carpeta de las fiestas de equis pueblo del santo, que están preciosas, de noche con la hoguera encendida y todo el recorrido. (E10)

7 Citado en Orts (1997).

8 Citado en Renobell (2005: 7).

Vemos, entonces, la proyección sobre el uso futuro posible, donde se producirán conflictos inevitables en las formas de identidad, entre los espacios físicos y el ciberespacio (Kapor y Barlow, 1990).

Padecí mucho porque no podía hacer fotos. Me fallaba cuando menos lo esperabas. Entonces cuando llegué aquí dije “Yo, máquina nueva” [golpea con los nudillos la mesa], y mi hermano que es el que más lo entiende, vino a comprarla y me dijo: “Esa te irá bien, es una maravilla”. Tengo dos baterías: una puesta y la otra siempre cargada. [...] es pequeña. Siempre la llevo porque cuando algo me llama la atención, foto. La máquina siempre va conmigo. (E10)

No vale ya cualquier artefacto que no cumpla, y, en este caso, las prestaciones deben dar respuesta inmediata. Se crea la necesidad de captar imágenes en cualquier momento y se convierte en un accesorio cotidiano más: se sale de casa con las llaves, el teléfono móvil y también la cámara de fotos.

Estamos ante un registro de la realidad a través de imágenes que se ha visto multiplicado y potenciado por la llegada de las cámaras digitales. Tras la normalización de la imagen en nuestras vidas, gracias a los medios de comunicación de masas, algunos autores apuntan hacia el soporte digital como el medio de transición de la posmodernidad hacia la *hipervisualidad* (Renobell, 2005; Orts, 1997). Las imágenes invaden la sociedad, su promiscuidad y ubicuidad (Baudrillard, 2000); serían aceleradas cuando los usuarios las producen, las editan y las comparten gracias a la capacidad de las TIC.

En estos usos de la imagen digital, rápidamente se percibe el valor de uso de la fotografía al romper los esquemas del tiempo y el espacio (Renobell, 2005: 3) y su capacidad de recuperación del momento ya vivido. De cualquier forma, vemos en los mayores la “innata capacidad de adaptación y reubicación en un ecosistema que a priori no les pertenece” (Cerezo, 2008: 5); la apropiación de los distintos artefactos digitales, a su manera, acabaría demostrando el sentido en que individuos de estas generaciones muestran su predisposición a adentrarse a un mundo donde el orden social, tal como se veía anteriormente, los había situado en los márgenes, en prácticas de ocio menos activas y más cercanas a imágenes preconcebidas del mayor jubilado.

Aunque la imagen, a través de la fotografía digital, se percibe como un *hobby*, en ella encontramos también una forma de comunicación. A pesar de que en el chat y en las maneras escritas de interacción en el ciberespacio podemos encontrar un uso bastante cauteloso, la *imagen* de la imagen acaba siendo percibida como un contenido por compartir. Son contenidos creados por los usuarios y usuarias que se exponen en la red en un juego que parecería ir más allá del ocio. La fotografía construye una imagen de nosotros, sea

cuando muestra nuestra cara y cuerpo, sea cuando captamos la realidad que deseamos exhibir.

Parecería que el alejamiento de los sucedáneos de la oralidad —el chat, el correo electrónico o los foros— y el acercamiento a otros —la imagen— lleva a formas de interacción donde los usuarios no muestran tantas cautelas, pues no recelan tanto al exhibirse en el ciberespacio.

El cambio del marco de referencia en el lenguaje —del texto a la imagen— permite una exhibición del *yo* sin las resistencias anteriores; vemos que los roles de la vida real son transportados al ciberespacio, con menor rigidez, pues desde el ocio se inicia un camino hacia la interacción en el cual los actores se dejan ver. Estas prácticas más lúdicas del ciberespacio permiten “bajar la guardia”, en un juego de intercambio de imágenes que debilita las posibles rigideces de la interacción oral o a través de textos electrónicos. Recurriendo de nuevo a la arquitectura, ahora se sale al balcón y se muestra la identidad a través de las imágenes. El lenguaje visual, para estas generaciones, también parecería generar adeptos, dado el intercambio y las formas de exhibicionismo que vehicula.

Conclusiones

Tras el presente análisis sobre el ámbito del ocio, observamos que la *emoción* como nodo central de las actividades agradables se vincularía más con actividades de componente relacional que propiamente ociosas. En consecuencia, la sociabilidad y las relaciones desempeñan un papel básico en el fenómeno del ocio (Elias y Dunning, 1992: 151), tal como muestran los estudios de ocio sobre los más mayores en los cuales existen porcentajes importantes de ocupación del tiempo en sociabilidad y en “dedicarse a las personas más queridas” (Cuenca, 1995: 88).

Pese a que quienes construyeron el ciberespacio no eran nativos digitales; los usuarios más mayores “han adaptado el conocimiento lineal y argumental de los periódicos, de los libros, del cine e incluso del cómic, a la realidad fragmentada de internet y de las nuevas tecnologías” (Cerezo, 2008: 6). Encontramos, también, que cuanto más alejados han estado de una socialización temprana en el ciberespacio —habitualmente desde el trabajo—, más diversidad de adaptaciones y más imaginativas en contraste con los usos que se podrían esperar determinados por las TIC.

Tal como advertía Dumazedier (1968:69), hace cuatro décadas, estas determinantes técnicas del ocio se hallan en plena evolución, y en la obser-

vacación de los usos de los mayores, aun con nuestras limitaciones, debemos avanzar en su comprensión.

La generación a la que pertenecen los individuos, la edad de sus hijos y la composición familiar juegan, tal como se deriva el análisis, un papel esencial en las apropiaciones del ocio digital por parte de los mayores.

La propia desvinculación del mundo productivo y la consiguiente reducción, de forma general, del conjunto de relaciones de las generaciones mayores nos planteaba la hipótesis sobre el ocio digital como una vía de desarrollo personal, de entretenimiento ante la eventual disminución de las relaciones sociales de los mayores. Pues bien, esta menor densidad relacional conduce más bien a una búsqueda de nuevas interacciones por medio de las TIC, y a una reproducción y ampliación de las relaciones en los distintos planos de espacio y tiempo que el ciberespacio permite.

En suma, no se verifica la hipótesis del ocio individual —sin componentes de interacción con otros individuos— en el ciberespacio como un antídoto tecnológico contra la soledad; más bien se observa que cualquier práctica ociosa debe rodearse de un fuerte componente relacional para atraer el interés de las personas mayores.

De forma sintética, podemos decir entonces que no se produce un incremento del ocio a través de la red, tal como se esperaba, sino que aquellos espacios más cercanos a la esfera del entretenimiento acaban vehiculando nuevas estrategias de interacción de los mayores. Es decir, el ocio es usado como forma de relación con los otros, tal como evidencia el uso de la fotografía digital y de la imagen convertidas en formas de representación del individuo y en un modo en que entretenimiento e interacción se imbrican otorgando mayor atracción al ejercicio de esta práctica.

En cualquier caso, tal como hemos visto, las capacidades de los miembros de estas generaciones en el uso del ciberespacio, en contra de los posibles prejuicios de partida, no suponen una barrera, pues las TIC no son herramientas que generen exclusión *per se*, sino que son los mayores quienes quedan excluidos de las posibilidades de una ciudadanía plena, cada vez más mediada por las herramientas electrónicas. Hemos visto entonces cómo las habilidades de los mayores no pueden quedar en entredicho, siempre que existan objetivos estratégicos en la vida de estas personas que impulsen a usarlas.

En esta transformación social, asistimos a un proceso de “asincronía” entre dos ritmos de introducción y adaptación distintos a las tecnologías. Por un lado, estamos ante la construcción de una sociedad informacional de rápida implementación tecnológica ocurrida durante los últimos lustros; por

otro, las posibilidades y límites en las prácticas sociales de los mayores en el ciberespacio que hemos analizado en este trabajo.

De este modo, existe un proceso de transición en el cual los cambios ocurren afectando al entorno y sin que resulten visibles —directamente y en el corto plazo— en las vidas de las personas mayores que, de algún modo, han quedado excluidas. O dicho en otras palabras, esta transformación asíncrona de la sociedad tiene una serie de consecuencias “que hace que los cambios se estén produciendo a contracorriente de colectivos muy importantes” (Bouza, 2000: 5), al excluir a las generaciones cuyos ritmos de cambio social no marchan de forma paralela a la sociedad en general.

En este contexto de ritmos desiguales, la sociedad informacional que se está construyendo realiza un uso creciente de las TIC como medio de acceso a una multitud de aspectos cotidianos. Puesto que el acceso a bienes y servicios de todo tipo incluye, de forma expansiva, una transacción y mediación digital, las distintas herramientas que se van incorporando pueden crear en las generaciones más mayores una *minusvalía digital*. En el marco de observaciones anteriores y como en una *terra incógnita* más, el ciberespacio se convierte en un nuevo territorio por conquistar, donde la preservación de intereses sociales promueve la rápida construcción de barreras ideológicas y donde surgen entonces delimitaciones de los espacios habitables y de otros espacios prohibidos (Adams, 1997: 163).

Por un lado, sería la infraestructura y las herramientas disponibles, en mayor medida que las capacidades de estas generaciones, el factor de exclusión en esta construcción de una ciudadanía mediada, de forma creciente, por un acceso y uso pleno del ciberespacio. Por otro, las formas de socialización y educación para el uso de las tecnologías de la información, como un factor esencial en el acercamiento y mantenimiento de los usos necesarios para una ciudadanía plena.

No olvidemos aquí factores determinantes para el acceso a las TIC como la pobreza, o el riesgo de caer en ella, que se concentran particularmente en edades avanzadas y, especialmente, en mujeres viudas (Alfageme, 2000; Zaidi, 2008). En el fondo de este mercado de accesos, se priva al conocimiento y a la información de una conceptualización como *bien*, como uno de los “bienes más valiosos de la sociedad” (Sáez, 2008: 54) que se está construyendo, pues su entrada en el mercado como un artículo más para la venta y el beneficio puede reproducir las asimetrías de la estructura social en su conjunto.

En consecuencia, existe entonces una *clase de edad* que media en los usos del ciberespacio y que aglutina una serie de desigualdades, las cuales acaban

reproduciendo la exclusión de las generaciones que llegaron tarde a este proceso de socialización digital. Se propone aquí el debate sobre una sociedad informacional que, dada su forma de implementación, está creando una serie de desigualdades que desembocan en la pérdida de ciudadanía real de sus miembros. Las barreras de entrada y uso del ciberespacio son barreras sociales, levantadas en el mismo proceso de introducción de las TIC y que escasamente derivan de las capacidades de los miembros de estas generaciones.

Estas visiones sobre el acceso a las TIC como un bien social y, más en concreto, sobre Internet quedarían incluidas en las perspectivas utópicas según James E. Katz y Ronald E. Rice (2005), pues según estos autores las posibilidades aducidas por los utópicos a la red se caracterizan por “ensalzadoras afirmaciones acerca de los beneficios reales y potenciales”.

Es así para las tres cuestiones que plantean en su obra: el acceso a la red, la participación cívica y comunitaria, y, por último, la expresión y la interacción social. En nuestro caso, los roles sociales cambiantes que están adoptando las personas mayores y aquellas que lo serán en un futuro contienen, en muchos casos, un cambio de hábitos y conductas dirigidas hacia un *envejecimiento activo*. Entre otros, la prestación de servicios en programas de voluntariado (Moragas, 1991: 251-252) supone la integración en la vida asociativa, hoy coordinada de forma creciente a través de páginas web, convocatorias y alertas electrónicas y necesaria si se imbrican estas formas de entender el acercamiento al retiro y la jubilación propiamente, junto a un ciberespacio más accesible y democrático, de un modo en que se puedan construir algunos cimientos sobre los cuales combatir esta *minusvalía digital* de las personas mayores.

Por último, esta transformación acelerada hacia la sociedad informacional, tiene en los miembros de estas generaciones un sustrato capaz de evidenciar el cambio. Su socialización previa en otro contexto histórico nos ha permitido un análisis de los cambios a través de sus visiones y discursos, y también en una manera de apropiarse de las formas de ocio en el ciberespacio, capaz de revelar algunas de sus deficiencias estructurales. Se convierten así en una generación *bisagra*: capaz de recorrer, visibilizar y narrar los cambios desde el momento histórico que comienza en la posguerra española hasta el siglo XXI; ello tiene un valor significativo en la visión crítica y constructiva de las TIC que puede orientar, con mayores fundamentos, el futuro del ciberespacio.

En un sentido más práctico, hemos visto cómo las motivaciones hacia el uso del ciberespacio responden a la diversidad de intereses de la cohorte

objeto de estudio; dado que las TIC son una herramienta y no un fin en sí mismo, cualquier programa de integración de los mayores en el ciberespacio debe contemplar la capacidad de generar estas motivaciones y de inculcar intereses saludables para la ciudadanía.

Nuestro análisis destacaba la búsqueda por parte de los mayores de usos relacionales que redundan en esas relaciones previas a las virtuales; por ello, entre los intereses y motivaciones deberá aparecer la redundancia con las redes sociales propias de la persona mayor. Si los intereses personales de los individuos forman parte de esta “ética de la realización personal [como] la corriente más poderosa de la sociedad moderna. El ser humano elegidor, decidor y configurador [...] se ha convertido en el protagonista de nuestro tiempo” (Beck, 2003: 70), entonces algunas estrategias pueden aunar este individualismo presente en los usuarios mayores del ciberespacio con la consecución y construcción de una ciudadanía que, en sus formas de implicación e información digitales, facilite los usos plenos.

Por otro lado, algunas de las rigideces que muestran las TIC pueden suponer un freno para esta integración, pues los esquemas de funcionamiento encorsetados generan un rechazo del que sería necesario actuar en dos frentes. En este sentido, cabe actuar asesorando a las industrias que producen los artefactos que usan los mayores en el ciberespacio, desde la elaboración del *software* a las formas del *hardware* y tratar de reconducir ciertas tendencias perniciosas para estas generaciones como la miniaturización de algunos dispositivos o la creación de herramientas eficientes de gestión de la ingente información de la red.

También se ha observado que algunas de las prácticas sociales de los mayores se apropiaban del ciberespacio a su manera y cómo en los procesos de acercamiento surgía el juego como modelo inconsciente de búsqueda de contenidos. Finalmente, vuelve sobre nosotros la investigación social que, de forma sistemática, sigue desvelando cómo “los mitos y los estereotipos negativos sobre los adultos y mayores no encajan con la realidad”⁹ (Neugarten, 1996: 398). De acuerdo con todo lo expuesto anteriormente y más allá del determinismo tecnológico, estas generaciones deben poder condicionar la estructura del ciberespacio, en tanto que sus intereses en esta etapa del ciclo vital y sus derechos de ciudadanía también están aquí presentes.

9 En el original en inglés: “The myths and negative stereotypes about middle age and old age do not fit the realities”.

Metodología

El trabajo de campo realizado se resume en la Tabla 1 de perfiles¹⁰. La muestra ha buscado el equilibrio de género con el fin de contrastar este factor y la edad, siempre a partir de los 45 años, se ha segmentado por su proximidad o lejanía al momento de la jubilación. Por otra parte, para nuestro objeto de estudio sintetizamos el grado de urbanización, dado los grados de infraestructura tecnológica, en ámbitos rurales y urbanos. Además de contemplar factores como el nivel de instrucción u otros relacionados con la cuestión laboral como, por supuesto, la posición en la jerarquía laboral, pero también el sector productivo o el tipo de relación con la jubilación (continuista o trunca). En la Tabla 1 se muestra con claridad la distribución de los perfiles de la muestra.

Este artículo se inserta en una investigación más amplia sobre los mayores y el ciberespacio. En el presente análisis no aparecen discursos de todos y cada uno de los entrevistados. No obstante, consideramos oportuno el conjunto de la muestra de cuyas posiciones emanan los distintos discursos y prácticas sociales sobre el ocio digital. En tanto, la Gráfica 1 apoya visualmente la síntesis de la muestra con las distintas posiciones laborales de las entrevistadas y los entrevistados en esta investigación.

Bibliografía

- Adams, Paul C. (1997), "Cyberspace and Virtual Places", en *Geographical Review*, vol. 87, núm. 2, EUA.
- Alfageme Chao, Alfredo (2000), "Algunas desigualdades en el envejecer de los ancianos españoles de los años noventa", en *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 92-93, España.
- Álvarez Sousa, Antonio (1994), *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*, Barcelona: Bosch.
- Baudrillard, Jean (2002), *La ilusión vital*, Madrid: Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean (2000), *Pantalla total*, Barcelona: Anagrama.
- Beck, Ulrich y Elisabeth Beck Gernsheim (2003), *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, Pierre y María del Carmen Ruiz de Elvira (1988), *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.
- Bouza, Fermín (2000), "Las nuevas culturas del trabajo: previsión e incertidumbre", en *Centre de Cultura Contemporània de Barcelona*, Barcelona: Las culturas del trabajo CCCB.

10 La Tabla 1 y la Gráfica 1 se encuentran en el Anexo, al final de este artículo (Nota del editor).

- Brosnan, Mark J. (1998), *Technophobia: the psychological impact of information technology*, New York: Routledge.
- Cerezo, José M. (2008), "Hacia un nuevo paradigma. La era de la información fragmentada", en *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, núm. 76, Madrid.
- Cohen, Erik (2005), "Principales tendencias en el turismo contemporáneo", en *Política y sociedad*, vol. 42, núm. 1, Madrid.
- Crompton, John L. (1979), "Motivations for pleasure vacation", en *Annals of Tourism Research*, núm. 6, Elsevier: Kidlington.
- Cuenca Cabeza, Manuel (1995), *Las Actividades económicas de las personas mayores*, Madrid: Secot.
- Dumazédier, Joffre (1968), *Hacia una civilización del ocio*, Barcelona: Estela.
- Elias, Norbert y Eric Dunning (1992), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- George, Linda K. (2006), "Quality of Life", en Binstock, Robert H. et al. [eds.], *Handbook of aging and the social sciences*, Boston: Academic Press.
- Goffman, Erving (2006), *Frame analysis: los marcos de la experiencia*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Janke, Megan C. et al. (2011), "The Role of Life Experiences on Perceptions of Leisure During Adulthood: A Longitudinal Analyses", en *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, núm. 33, Londres: Routledge.
- Katz, James E. y Rice, Ronald E. (2005), *Consecuencias sociales del uso de Internet*, Barcelona: Uoc.
- Katzenmeyer, Christine (1995), *The perceived leisure needs of the next generation of seniors*, Colorado: University of Northern Colorado, Greeley.
- Kelly, John R. (1983), *Leisure Identities and Interactions*, Londres: Allen and Uwin.
- Lafargue, Paul y Manuel Pérez Ledesma (1991), *La Organización del trabajo; El Derecho a la pereza; La Religión del capital*, Madrid: Fundamentos.
- Lawrence, Lesley (2003), "These are the voyages: interaction in real and virtual space environments in leisure", en *Leisure Studies*, núm. 22, Londres: Taylor & Francis.
- Martín Criado, Enrique (1998), *Producir la juventud: crítica de la sociología de la juventud*, Madrid: Istmo.
- Martínez Quintana, María Violante (2009), *Multiculturalismo en las sociedades de ocio*, Madrid: Ediciones Académicas.
- Mead, Margaret y Eduardo Goligorsky (1997), *Cultura y compromiso: el mensaje de la nueva generación*, Barcelona: Gedisa.
- Morace, Francesco y Alberto Corazón (1993), *Contratendencias: una nueva cultura del consumo*, Madrid: Celeste Ediciones.
- Moragas Moragas, Ricardo (1991), *Gerontología social: envejecimiento y calidad de vida*, Barcelona: Herder.
- Neugarten, Bernice et al. (1996), *The Meanings of age: selected papers of Bernice L. Neugarten*, Chicago: University of Chicago Press.

- Orts Poveda, Paloma (1997), *La imagen como vehículo de comunicación social*, Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Prensky, Marc (2001), *Digital Natives, Digital Immigrants, On the horizon*, vol. 9, núm. 5, Bingley: MCB University Press.
- Querol Vicente, Vicent A. (2010), “Los mayores en un ciberespacio que enreda”, en *II Jornadas Internacionales sobre Mayores y Nuevas Tecnologías*, Universitat Jaume I, 22 y 23 de abril de 2010.
- Ramos Torre, Ramón (1995), “Uso del tiempo y ocio de los mayores”, en *Uso del tiempo y ocio de los mayores. Las actividades económicas de las personas mayores*, Madrid: Central Hispano.
- Sáez Soro, Emilio (2008), *El trabajador distante: profesionales, teletrabajo y comunicación*, Valencia: Centro Francisco Tomás y Valiente de la UNED.
- Zaidi, M. Asghar (2008), *Well-being of older people in ageing societies*, Aldershot: Ashgate.

Recursos electrónicos

- Alonso, Luis Enrique (2002), *Postfordismo, crisis y fragmentación de la sociedad de consumo: los nuevos espacios de la distribución comercial y el comprador posmoderno*, Colección Urbanitats Digitals, vol. 4. Disponible en: http://www.cccb.org/rcs_gene/alonso.pdf [23 de abril de 2012].
- Kapor, Mitchell y John Perry Barlow (1990), *Across the Electronic Frontier*. Disponible en: https://w2.eff.org/Misc/Publications/John_Perry_Barlow/HTML/eff.html. [23 de abril de 2012]
- Renobell, Víctor (2005), “Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital”, en *UOC Papers. Revista sobre la societat del coneixement*, núm. 1. Disponible en: <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf> [23 de abril de 2012].

Anexo

Tabla 1

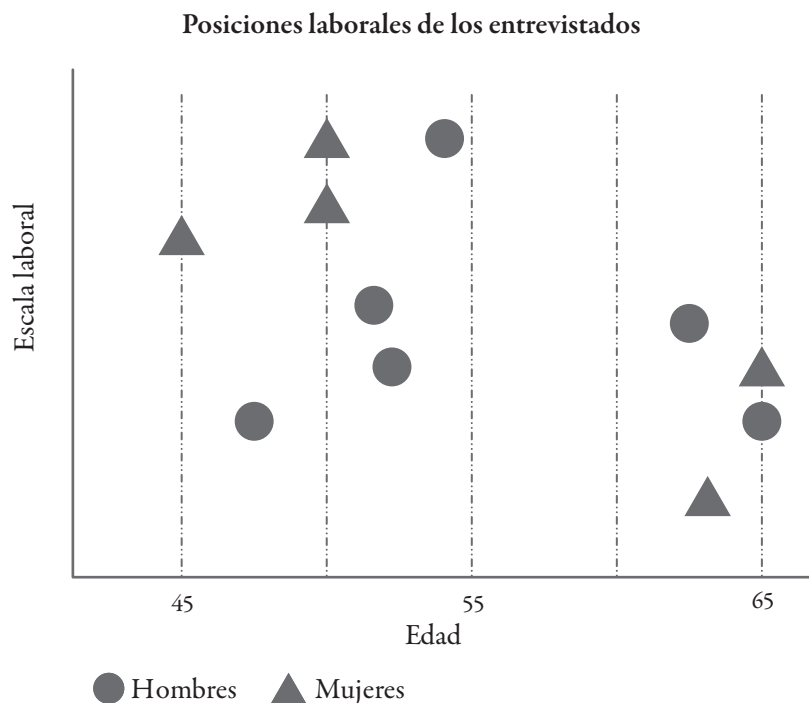
Perfiles

Tabla de perfiles		Edad			Campo
		45-49	50-59	60 y más	
Sexo	Hombre	1	3	2	6
	Mujer	1	2	2	5
Espacio	Urbano		4	3	7
	Rural	2	1	1	4
Estudios	Primarios		1	1	2
	Secundarios	2	3	1	6
	Superiores		1	2	3
Trabajo	Manual	1		2	3
	No-manual	1	5	2	8
Sector	Primario	1			1
	Secundario		2	2	4
	Terciario	1	2	2	6
Jerarquía	Dirección/Gerencia	2	4		6
	Cargos intermedios			1	1
	Operarios		1	3	4
Trayectoria	Laboral	1	5	3	10
	No-Laboral			1	1
Jubilación	Continuista		3	1	
	Truncada		1	2	

* En la muestra, cada categoría suma el total de las 11 entrevistas.

** El tipo de jubilación (*continuista o truncada*) recoge la visión sobre la jubilación actual o en un futuro inmediato. En los más jóvenes todavía queda indefinida.

Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia.

Vicent A. Querol. Doctor, profesor en el Área de Sociología del Departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I. Líneas de investigación: ocio y turismo, desarrollo rural y territorial. Publicaciones recientes: “Una década desigual para las generaciones que llegaron tarde al ciberespacio”, en *Sociologia. Problemas e pràcticas*, núm. 65 (2011); Vicent A. Querol y Emilio Sáez [eds.], “Teletrabajo en personas de 45 y más años. Aspectos esenciales en la incentivación de las TIC y el teletrabajo en este grupo de edad”, en *Ideas, tendencias y nuevas formas de trabajo para la economía del conocimiento* (2011); *Mayores y ciberespacio. Procesos de inclusión y exclusión*, Barcelona: Colección TIC Cero, Editorial UOC (2012).

Recepción: 04 de noviembre de 2010.

Aprobación: 21 de febrero de 2012.