

Para los sub 35, hoy la comunicación diaria opera principalmente a través de mensajes o notas de voz.



CEBIDA

Estudio se enfoca en usuarios hasta 34 años: a muchos, las llamadas los angustian

Por qué muchos jóvenes no contestan nunca el teléfono

VALENTINA ESPEJO

Un reciente estudio de Uswitch -principal sitio comparador del Reino Unido en temas de energía, banda ancha y telefonía móvil- reveló que una de cada cuatro (23%) personas entre 18 y 34 años nunca responde su teléfono cuando recibe llamadas de voz. Los encuestados aseguraron que ignoran la llamada, responden vía mensaje de texto o buscan en internet el número para ver si lo reconocen.

La encuesta, con una muestra de 2.000 adultos británicos, también determinó que casi dos tercios (61%) del segmento joven hasta 34 años prefieren recibir un mensaje en lugar de una llamada de audio (ver estudio en uswitch.com, <https://acortar.link/IOCsL5>). Además, más de la mitad de ellos (56%) asume que una llamada "inesperada" significa malas noticias.

Creer en la era digital ha condicionado a que muchos jóvenes le hagan la cruz a las llamadas telefónicas tradicionales. Un 48% de los encuestados prefiere comunicarse por redes sociales y un 37% por mensajes o notas de voz. En comparación, solo 1% de las personas entre 35 y 54 años prefieren mensajes de voz por sobre una llamada.

Comunicación asincrónica

Duygu Balan, sicoterapeuta especialista en trauma familiar e interge-

Sicoterapeuta explica que, al no responder de inmediato, la gente maneja mejor sus tiempos y ansiedades.

neracional y heridas de apego, es colaboradora habitual de la revista estadounidense "Psychology Today" y coautora del libro "Confidently Chill: An Anxiety Workbook for New Adults" (2024).

Los teléfonos inteligentes, comenta, "han cambiado nuestras vidas de muchas maneras, haciendo que sea más fácil permanecer conectados y, paradójicamente, también han hecho que sea más común evitar la comunicación".

Puntualiza que los resultados del estudio reflejan los hábitos tanto de millennials (nacidos entre 1982 y 1994) como de centennials o generación z (nacidos entre finales de los 90 y principios de los 2000).

Balan tiene una teoría clara de por

qué la mayoría de los jóvenes no contesta el celular. "El cambio de preferencia a la comunicación asincrónica, como enviar mensajes de texto en lugar de llamadas telefónicas, permite un mayor control sobre las conversaciones y regula la ansiedad al reducir la presión de las interacciones en tiempo real".

Agrega que muchos adultos jóvenes "optan por mantener sus teléfonos en *"No molestar"*, silenciando efectivamente todas las alertas entrantes. Esto se hace en parte como defensa contra el aumento de llamadas no deseadas y estafas, pero también es una respuesta para mitigar la ansiedad social. Al hacer esto, crean un amortiguador contra comunicaciones no deseadas y posibles pre-

siones sociales".

La comunicación diaria es principalmente a través de mensajes o notas de voz, puntualiza: "Las llamadas telefónicas no dejan lugar a errores, pero mientras envías mensajes de texto puedes editar tus mensajes más tarde o eliminarlos para siempre. La comunicación asincrónica permite una sensación de control, tiempo para seleccionar respuestas y la conveniencia de realizar múltiples tareas".

Menos esfuerzo

Daniel Halpern, doctor en comunicación, profesor de la Universidad Católica (PUC) y director del think tank Tren Digital, recuerda que hace 20 años atrás la gente no tenía más alternativa que llamar por teléfono si quería comunicarse con otra persona.

"Después vino el correo electrónico, que era más impersonal. Luego, el mensaje de texto permitía decidir cómo y en qué tiempo comunicarse. Finalmente, la mensajería instantánea... Todos estos elementos generaron una comodidad de las personas, que por naturaleza tienden a hacer lo que menos esfuerzo requiere", teoriza.

Saturación de mensajes

Para Manu Chatlani, director ejecutivo de la agencia Jelly, "hoy las personas no quieren interrupciones de ningún tipo ni llamados. Esto está instalado a nivel de la generación z, pero también de los millennials. Todo está gatillado por la saturación de contenidos y experiencias a nivel digital. Vivimos sumergidos en un mundo de trabajo, movimiento, que es cada vez más rápido, lleno de cosas por ver, hacer, buscar, consumir, encontrar", cierra.