

El telefono celular. Nuevas formas y determinantes de su adopcion como medio de comunicaci3n .

Ana Luz Ruelas y Guillermo Ibarra.

Cita:

Ana Luz Ruelas y Guillermo Ibarra (2007). *El telefono celular. Nuevas formas y determinantes de su adopcion como medio de comunicaci3n.* XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.

Direcci3n estable: <https://www.aacademica.org/000-066/289>

El teléfono celular. Nuevas formas y determinantes de su adopción como medio de comunicación

XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología,
Guadalajara, 13-18 de agosto de 2007.

Ana Luz Ruelas

Guillermo Ibarra

Como nunca en la historia (Castells et al, 2007) de las tecnologías de comunicación, una de ellas se había adoptada con tanta rapidez, intensidad y fruición como lo viene siendo el teléfono celular desde hace poco mas de dos décadas. En ello han sido determinantes desde luego la comercialización agresiva de las compañías, pero sobre todo por un conjunto de beneficios que brinda estar comunicado, teóricamente, en todo momento y desde cualquier espacio.

Esta posibilidad de comunicación instantánea y en movimiento ha traído una serie de impactos que se están estudiando por académicos desde distintos enfoques que van desde el sociológico, antropológico, semiótico, lingüístico, jurídico, educativo, y por supuesto por los comunicólogos en sus diferentes vertientes: intercultural, interpersonal, organizacional, así como por las ciencias de la información y el cómputo.

En esta presentación discutiremos algunos de las principales determinantes que influyen sobremanera para la adopción del celular y también los impactos que están teniendo este nuevo medio de comunicación para las relaciones sociales.

Antecedentes y crecimiento

Con menos de 25 años de haber iniciado su comercialización, el celular ha tenido un crecimiento exponencial. Para el año 2001 ya había alcanzado dimensiones espectaculares en Europa occidental con 70% de penetración en la población, mientras que a nivel mundial era el 16%. Norteamérica estaba rezagada de la tendencia Europea pero ya tenía 42% de posicionamiento. Para finales de 2005 había cerca de 2 mil millones de usuarios móviles con una tasa de diseminación de 31% de la población mundial, casi el doble de apenas cuatro años antes.

Un caso emblemático de la adopción acelerada del celular es el de Japón. A partir de la entrada en operación del sistema digital en 1993 en este país, el uso del celular ha crecido a pasos agigantados: en ese año hubo 1 millón de suscriptores, que cuatro años después, en febrero de 1997 creció diez veces llegando a 10 millones y solo 18 meses más tarde alcanzó la impresionante cifra de 20 millones. Esta tendencia continuó para llegar a 30 millones en el año 2000 y 40 en 2002 (Agar, p96). Pero para 2005 Japón tenía una penetración de 75% de su población (UIT: 2005). El sector que ha adoptado con particular fruición son los jóvenes japoneses (aunque el fenómeno no es exclusivo de esta nación) pues para 2002 el 75% de los mayores de 12 años ya portaban celular (tomado de Riviere y Licoppe, 2005, p103).

El año 2005 marca históricamente la fecha donde el celular sobrepasa en diseminación al teléfono convencional. Aunque el objetivo primario de ambas tecnologías es establecer comunicación hablada, el celular muy pronto adquirió características distintivas diferentes del teléfono fijo, por la movilidad, ubicuidad y personificación que brinda, así como por la cultura e identidad que coadyuva a identificar.

Respecto del Internet también el celular ya lo sobrepasa en diseminación, pues para 2005 existía una penetración mundial del doble de suscriptores celulares respecto de Internet. Mientras este último abarca tan solo al 15.6% de la población mundial, el celular casi alcanza a un tercio (UIT: 2005)

En el Reino Unido en enero de 2005 los proveedores del teléfono móvil reportaron a 58.4 millones de suscriptores de una población de poco menos de 60 millones de habitantes, encontrándose que alrededor de 79% de todos los adultos británicos estaban suscritos o usaban teléfono celular, pero en los jóvenes llegaba casi al 90% (Gordon en Kavoori y Arceneaux 2006, p47)

La convergencia tecnológica ha sido clave en el desarrollo y crecimiento del uso del teléfono móvil, pues el conjunto de funciones y facilidades que brinda se deben a que en él se resumen las innovaciones tecnológicas en comunicación, lo que marca un hito en los medios de comunicación e información: al igual que en la telefonía convencional, en el móvil se dan los enlaces uno a uno, pero también ahora combinan juegos

electrónicos, radio, televisión, fotografía, música, acceso a Internet, correo electrónico y texto. Asimismo, los aparatos se adaptan para marcar la hora, hacer cálculos matemáticos y llevar una agenda. Pueden ser usados como tarjeta de crédito financiero o se convierten en *lap top*, *bluetooth*¹ o *palm*.

Un dato revelador del desfase y competencia que ha traído el uso del celular respecto de otras tecnologías es lo que ocurre con las cámaras fotográficas a las que está desplazando, pues de los 700 millones de celulares vendidos en 2004, por ejemplo 250 millones traían cámara fotográfica integrada, mientras que solo 80 millones de cámaras digitales se habían colocado en el mercado. Es decir, el celular está llevando a un desfase de lo que es la cámara fotográfica digital. Con estos datos el filósofo búlgaro Kristof Nyiri (2005) ha retado provocativamente la denominada división digital, caracterizándola como un mito².

Determinantes de la adopción del teléfono celular
y que han llevado a estudios multi e interdisciplinario

En esta ponencia analizaremos cuatro determinantes clave de la intensa adopción del teléfono celular en distintas latitudes geográficas y culturales y que van más allá de las estrategias de comercialización emprendidas por las compañías.

- a) Movilidad. Es la característica distintiva principal del celular respecto del teléfono fijo o convencional, viene a revolucionar las formas tradicionales de comunicación electrónica y personal, pero también para la acción social, a la que luego nos referiremos. A partir de este rasgo de movilidad es que se derivan impactos principalmente en: los conceptos de espacio público y privado, el concepto de presencia/ausencia y el manejo de los tiempos para la macro o microcoordinación.

¹ Es un protocolo de radio que permite la conexión de manera inalámbrica a un teléfono celular con una computadora, de tal forma que se pasa información, imágenes de uno a otro artefacto.

² Con base en la penetración celular en Hungría de casi el 90% de la población para el año 2004, este filósofo sostiene que “esos números impresionantes por si mismos, reflejan condiciones y cambios fundamentales”, a los que les atribuye las posibilidades de que el móvil se “convierta en el medio de comunicación dominante, cambie los estándares de la cortesía”, de paso a “una nueva forma de lo que es la niñez y la transformación de las ciencias sociales”.

1. Los conceptos de espacio público y privado y la emergencia de espacios híbridos.

En virtud de que el espacio donde tiene lugar la comunicación no es netamente físico o virtual, se convierte en un híbrido, pues un espacio público por ejemplo se puede convertir momentáneamente en privado por el tipo de conversaciones de carácter privado, o el lenguaje corporal que se manifiesta al estar hablando por el celular. “No se sabe”, dice Souza (2006, p30), “si conduce a los usuarios a sentirse fuera del espacio físico o bien si promueve la sociabilidad entre los usuarios que están alrededor, porque el espacio donde la comunicación tiene lugar no es ni físico ni virtual, es decir, es un híbrido.

2. En el concepto de presencia/ausencia

El teléfono tiene el poder de excluirnos del ambiente donde nos encontramos físicamente. Es de las tecnologías que provocan una presencia/ausencia pues cuando hablamos por un teléfono celular las personas son absorbidas hacia otro mundo que mediado tecnológicamente (Gergen, 2002).

3. El manejo de los tiempos para la macro y microcoordinación

Este es quizá uno de los más corrientes usos que tiende a dársele al teléfono móvil, pues según diversas encuestas a usuarios realizados tanto en Europa como en los países nórdicos, se acostumbra llamar de manera cotidiana y reiterada para tratar asuntos domésticos o de la vida rutinaria. Uno llama a su casa para recordar que en cinco minutos llegará o se esta por llegar a una cita de negocios o con amistades. Los jóvenes se llaman entre sí solamente para ver “que pasa”, o “dónde estas”. Aunque ya no es precisamente de manera verbal como se vienen entablando los enlaces entre jóvenes y niños, sino a través de los mensajes escritos.

En este sentido es que se ha venido transformando el sentido de ser puntual, pues con una simple llamada, sobre “el camino” se pospone el encuentro o el arribo a cierto lugar.

En cuanto a la macrocoordinación es común ya referirse al uso de mensajes cortos por celular para analizar como la coordinación social o política ha adquirido nuevas dimensiones. El caso más emblemático que se usa es el de Filipinas, donde la caída del presidente José Estrada en enero de 2001, se reconoce fue debido al uso de mensajes cortos por los cuales inició una red de comunicación ciudadana sobre rumores de que Estrada iba a caer.

b) La ubicuidad

La fácil difusión de las tecnologías en el espacio físico, las lleva a ser ubicuas. El celular puede adquirir esta característica porque conlleva la posibilidad de estar presente en todos lados al mismo tiempo. Tecnológicamente hablando la ubicuidad del celular se define como la posibilidad de comunicarse a cualquier lugar a cualquier tiempo. Esto es gracias a la transparencia y funcionalidad (de Souza, 2006) para la cual se han diseñado los interfaces del aparato celular. Es decir, se han diseñado con formas que se hacen perfectamente amoldables³ al cuerpo y para que el objeto “desaparezca” al usarla, que no se sienta o no represente algo extraño, difícil de manejar.

Sin embargo, este carácter de ubicuidad de la tecnología del teléfono móvil, conduce a consecuencias adversas porque adaptar el aparato a tus necesidades con un directorio, con grabación de ciertos mensajes personales, le otorgas una individualidad que crea dependencia y sustituye a la memoria. Es un artefacto también para la vigilancia y el control.

c) La individualidad

A diferencia del teléfono fijo, al que uno llama a un lugar determinado para localizar a alguien, miembro de una familia o que vive en una casa o trabaja en una oficina pública, al llamar a un teléfono celular se llama al individuo poseedor del artefacto y no se espera que conteste alguien diferente. Al celular se le llama al directamente requerido

³ Se dice que las computadoras son amoldables (*wearable*) cuando son objetos que se pueden cargar o portar por las personas sin gran esfuerzo, es decir, son diseñados para cargarse como si fueran una extensión del cuerpo; además deben ser controladas por su portador y pueden muy bien funcionar sin que tengan que estar apagando (cfr. Man, 1996).

para un asunto específico. Igualmente, que la telefonía convencional la comunicación que se entabla a través del móvil es punto a punto, o mejor dicho de individuo a individuo.

Desde luego que puede darse el caso de que el teléfono celular se comparta con alguien, pero esto no es la norma, pues en él se conserva parte de cosas muy privadas como mensajes, una agenda del círculo de amistades o familiares, música preferida, entre otros aspectos que dan valor personal al artefacto.

d) Es una tecnología que da personalidad y estatus social

Se ha convertido en un objeto por el cual las personas son identificadas, no solo por los que se contactan con uno sino por aquellos que nos ven usar el celular. En Gran Bretaña había un comercial que mostraba a un joven que se apenaba por portar un teléfono demodado, pero no así por vestir ropa sucia. Ello, obviamente era para animar a los televidentes a comprar un teléfono de última generación (Gordon, p51), donde lo importante era el teléfono y no la apariencia personal. El aparato mismo quitaba o reducía la atención sobre la vestimenta o falta de pulcritud.

Asimismo, el teléfono móvil es un artefacto que en sí mismo, en su presentación, despliega la personalidad propia por los tonos, el color⁴, las fotografías, por como se coloca en el cuerpo, es decir, se le asigna un significado cultural más allá del uso funcional que se le da.

Es indudable que el teléfono celular da apariencia de un alto estatus pues, al demandar la atención inmediata, interrumpir cualquier actividad que el usuario esté haciendo, incluso al interrumpir conversaciones cara a cara; provoca que infinidad de personas actualicen sus equipos, no tanto por su funcionalidad, sino por no aparecer demodados con un modelo “pasado”. Por ello algunos países han prohibido su uso mientras se maneja un automóvil. En una encuesta realizada a niños de nivel primaria en un colegio de Culiacán en diciembre de 2006 se constató que el motivo de presunción más común

⁴ El celular llama la atención del que lo porta y de los que están a su alrededor. No es una tecnología que pase inadvertida. Es contrario a lo que se denomina como tecnología “quieta” o “calmada”, son artefactos que están “en la periferia” y nosotros somos conscientes de que ahí están, “pero no requieren nuestra atención (Souza, 2006, p21).

entre menores es el portar un celular de reciente modelo o que contenga las últimas aplicaciones para juegos.

La contracultura del celular

Aunado a estas características positivas, por otra parte la diseminación amplia de esta tecnología ha traído también un conjunto de efectos adversos en distintas direcciones. Aquí nos referiremos a dos: como una tecnología indiscreta y que atenta contra los buenos modales, así como en los efectos disruptivos en el uso del lenguaje.

Uno de los impactos disruptivos mas visibles del celular es en tanto su alta publicitación (en el sentido de que es un artefacto que se hace presente en cualquier espacio público); la discreción y los buenos modales a los que ha retado abiertamente.

Es común hoy en día que cualquiera en un sitio público no titubee en contestar el teléfono frente a otra u otras personas y emprenda una conversación por su cuenta, haciendo caso omiso de los presentes. Es lo que Goffman (1963, p83) denomina *civil inattention*, es decir, cuando dos personas están juntas y no se involucran en una misma conversación o en una interacción, e incluso es posible que una persona este mirando fijamente a otra”, descuidando a su acompañante. Esto típicamente ocurre de manera cotidiana con la comunicación a través del celular.

Incluso asuntos catalogados como privados y que son propios para abordarse en espacio reservados o privados, se comentan abiertamente en sitios o espacios tradicionalmente asumidos como públicos: en los transportes urbanos, en restaurantes, en trenes, en cines, en salones de clase, e incluso en las iglesias.

Lenguaje

Los mensajes de texto han dado lugar a un lenguaje codificado en sí mismo. Se ha desarrollado una subcultura de códigos y significados por usar combinaciones de abreviaturas y fonemas (k tal= que tal). Los formatos de mensajes en aras de la brevedad y del uso del menor tiempo posible, se sintetizan mediante gráficos, signos o

apócope de palabras que toman contenido sobre emociones o pláticas sin uso de puntuaciones ni letras mayúsculas.

Este conjunto de implicaciones e impactos en las relaciones humanas de la tecnología celular viene adquiriendo connotaciones universales ameritan estudios desde diferentes perspectivas o enfoques científicos. No puede ocurrir lo que tuvo lugar con el teléfono fijo, cuya existencia por más de un siglo apenas si fue estudiada en sus manifestaciones familiares y sociales por unos cuantos estudiosos⁵. Si a esta tecnología que es el antecedente indispensable del teléfono celular se le estudio mas desde la perspectiva de la economía política y la regulación económica, el celular viene impactando ya a docenas de disciplinas sociales y del cómputo. Ha revitalizado a otras como la antropología social y los filósofos se atreven a apostar por una transformación de las ciencias sociales a raíz del deslumbramiento colectivo que tiene esta singular tecnología.

Fuentes bibliográficas y sitios electrónicos

Agar, Jon (2003). *Constant touch. A global history of the mobile phone*, UK, Icon Books.

Castells, Manuel, Mireia Fernandez-Ardevol, Jack Linchuan Qui y Araba Sey (2007) *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*, Cambridge, The MIT Press.

De Souza e Silva, Adriana (2006), "Interface of hybrid spaces", en Anandan Kavoori y Noah Arceneaux (eds.). *The cell phone reader. Essays in social transformation*, New York, Peter Lang.

Gergen, Kennet J. (2002), "The challenge of absent presence", en J. Katz y M. Aakhus. Eds. *Perpetual contact: mobile communications, private talk, public performance*, Cambridge, Cambridge University Press.

Goffman, Erving (1963). *Behavior in public places. Notes on the social organization of gatherings*, New York, The Free Press.

Gordon, Janey (2006), "The cell phone: an artifact of popular culture and a tool of the public sphere", en Anandan Kavoori y Noah Arceneaux (eds.). *The cell phone reader. Essays in social transformation*, New York, Peter Lang.

⁵ Sobresalen los estudios del politólogo Ithiel de Sola Pool en el libro *El impacto social del teléfono* publicado en 1977.

Kavoori, Anandan y Noah Arceneaux (eds.). The cell phone reader. Essays in social transformation, New York, Peter Lang.

Mann, Steve (1996), "Smart clothing: wearable multimedia computing and personal imaging to restore the technological balance between people and their environments". <http://wearcam.org.org>

Nyiri, Kristof (2005), "The mobile phone in 2005: where are we now?", Presentación de la Conferencia "Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age", Communications in the 21st. Century. The Mobile Information society Conference, Budapest, April 28-30.

Riviere, Carole Anne y Christian Licoppe (2005) "From voice to text: continuity and chance in the use of mobile phones in France and Japan", en Richard Harper, Leysia Palen and Alex Taylor (Eds), The Inside Text: Social, Cultural and Design Perspectives on SMS, The Netherlands, Springer.

Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2005: [www. Itu.int/stats](http://www.itu.int/stats)