



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Otero Castelló, María Dolores

A propósito de la telefonía móvil / Una reflexión desde la perspectiva de la psicología individual y
social

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 5, núm. 47, febrero, 2002, p. 0
Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81954706>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

A propósito de la telefonía móvil / Una reflexión desde la perspectiva de la ps

Dra. María Dolores Otero Castelló ©

Profesora Titular de Ciencias Psicosociales Aplicadas. Universidad de Sevilla. Médico. Especialista en Psiquiatría. Psicoterapeuta.

“La vida examinada es la única que merece la pena ser vivida”.
Sócrates

RESUMEN

Hace poco la revista ne.com, titulaba un editorial: “telefonía móvil. Una nueva era”. ¿En lo tecnológico, lo económico, lo social, lo psicológico, lo psicosocial, la telefonía móvil, que ha tenido una niñez muy rápida, está suponiendo y va a suponer aún más en un futuro ya casi inmediato? ¿Se van a cambiar las RELACIONES SOCIALES como en el mundillo de los negocios...?”(2001:1; las letras en caja alta son más) ¿De qué forma? ¿Qué interrogantes.

Al abordar este trabajo teórico y reflexivo, asumo dos premisas, fácilmente deducibles del epígrafe elegido, que constituyen la estructura de este trabajo. En primer lugar, no me propongo responder, categórica e inequívocamente, a las cuestiones que, la telefonía móvil, en su dimensión psicosocial del ser humano, puede plantear. Una somera reflexión nos evidencia la multiplicidad de modelos, teorías, abordajes, que habría que definir y contemplar, así como las posibles cuestiones a responder: ¿A quién? ¿Cómo? ¿En qué forma?... En segundo lugar, aunque la telefonía móvil, como tecnología que permite la comunicación con cada vez más insignificantes límites, es un elemento básico de determinados campos científicos, a mí me interesa enfocar este estudio en el instrumento que la operativiza, que la hace operativa, la intimidad del “hombre”, la “mujer”, el “joven”, el “¿niño?”, el “¿anciano?”, (No siendo este orden ni los signos ortográficos en absoluto arbitrarios). Por ello me decanto por un tratamiento analítico, más vigoroso que riguroso, de aquellos aspectos que he considerado significativos de la telefonía móvil en general, en concreto el móvil, por sí mismo, y no sólo como un instrumento más de la edad de la comunicación, sino como devenir personal; no me ocuparé en este trabajo del colectivo, como parece desprenderse de la titulación reseñada. En resumen, el análisis se referirá al binomio relacional móvil-persona.

ABSTRACT

A short time ago the magazine ne.com Gave title to an article in these terms: “ Mobile Telephony. A new era”. Technologically, the maturity of mobile telephony, which has had a fast childhood, is causing and it will cause in a near future, a deep change in the business world...” (2001:1). In which way? To what extent??? Many questions appear.

Dealing with this theoretical and reflected piece of work, I assume two premises, which may define the selected topic.

Firstly it is not my intention to give an answer to the questions that the Mobile Telephony could raise in relation to the psychosocial aspects of the human being. A simple reflexion shows the multiplicity of models, theories, methodological approaches, variables, contexts, etc... That suggests questions like: To whom?, How?, In which way?... could be answered.

Secondly, even if the Mobile Telephony, allows communications with a very few limitations and it is the main interest of particular interest, this report on the tool that makes that communication effective, that gives it to the “hand” and to the privacy of “men”, “women”, “children”, “old people”, (Order and spelling-marks are not arbitrary): This tool is THE MOBILE.

For all these reasons, I choose an analytical approach, more vigorous than rigorous, to those significant aspects, to be able to deal with them and not as an instrument more of the Communication Era, is or it is not a determining factor of personal evolution. So, I will not deal with the MOBILE-PERSON.

Palabras claves: telefonía móvil/Relaciones sociales/Vertientes psíquicas y psicosociales/Binomio relacional móvil-persona.

Key Words: Mobile telephony/Social relations/Psychic and psychosocial aspects/Relational binomial Mobile-Person.

1. La telefonía móvil: la historia y los datos

En Europa, la telefonía móvil va a cumplir 19 años. En junio de 1982, Telefónica, tras tres años de experimentación, inaugura una compañía que fue pionera en nuestro continente junto a la de los países escandinavos. La Conferencia Europea de Correos y Telecomunicaciones encargó el trabajo encargado de especificaciones y estándares del nuevo sistema de telecomunicaciones móviles para el ámbito europeo. La Unión Europea firma los acuerdos en 1987 y preside la comisión en 1991.

Es, precisamente, al principio de los noventa cuando se presenta comercialmente la telefonía móvil en España. “Desde hace unos años los teléfonos analógicos han quedado reducidos a una presencia testimonial, siendo sustituidos por los terminales digitales que, según se prevé, el sistema UMTS (universal mobile telecommunications system) sufrirá la misma suerte.”.(ed.cit)

La evolución del número de terminales en España desde 1994 hasta 2000 se refleja en los siguientes diagramas. Aunque la UMTS Solutions, consultora de tecnología de la información), en un artículo publicado en la ya citada revista ne.com, cifra la cuota de mercado en (2001: 4).

- | | | |
|-------------------|---------------------|---------------|
| 1. SUECIA | 18. TAIWAN | 35. MALASIA |
| 2. U.S.A | 19. IRLANDA | 36. BULGARIA |
| 3. FINLANDIA | 20. ISRAEL | 37. PANAMÁ |
| 4. NORUEGA | 21. FRANCIA | 38. SUDAFRICA |
| 5. DINAMARCA | 22. COREA | 39. VENEZUELA |
| 6. CANADÁ | 23. ITALIA | 40. RUSIA |
| 7. HOLANDA | 24. ESPAÑA | 41. A. SAUDÍ |
| 8. SUIZA | 25. EMIRATOS ÁRABES | 42. BRASIL |
| 9. AUSTRALIA | 26. PORTUGAL | 43. ECUADOR |
| 10. JAPÓN | 27. CHEQUIA | 44. MÉXICO |
| 11. SINGAPUR | 28. HUNGRÍA | 45. TURQUIA |
| 12. GRAN BRETAÑA | 29. GRECIA | 46. COLOMBIA |
| 13. ALEMANIA | 30. POLONIA | 47. FILIPINAS |
| 14. HONG KONG | 31. RUMANIA | 48. TAILANDIA |
| 15. BÉLGICA | 32. CHILE | 49. JORDANIA |
| 16. AUSTRIA | 33. ARGENTINA | 50. EGIPTO |
| 17. NUEVA ZELANDA | 34. COSTA RICA | |

2. El objeto: el móvil/los móviles

Hace unos 8 años vi por primera vez el pequeño teléfono. Lo tenía un querido amigo, director en mi ciudad, capital provincial, en el ámbito nacional. Despertó mi curiosidad, más que por sus cualidades intrínsecas, su aspecto, color o sonido, porque intuía el momento asociado a un status de poder.

Cuando sonó, lo sacó del bolsillo exterior de su chaqueta con cierta dificultad, y casi podría decir que se justificó por tenerlo: en respuesta a una pregunta mía, me hizo saber el elevado coste del artilugio. Los aspectos técnicos y científicos no fascinaron; la vida y actividad no lo consideré necesario ni interesante, y mucho menos a ese coste, así que durante un tiempo no volví a verle. Ese primer móvil, ese otro tentáculo de la globalización, se ha reproducido exponencialmente, regado, como si de un "gremlin" se tratara, la sociedad de consumo y sus estructuras económicas. De ese primigenio móvil hemos pasado a los móviles, o mejor a mí, tu, él, ellas, ellos, coberturas, tamaños, prestaciones, colores y precios.

El análisis de los factores de orden económico, técnico o empresarial que puedan estar en la base de este fenómeno requiere una profundización en algunas de las categorías psicológicas y psicosociales que emanan del otro elemento del binomio que nos ocupa adelante.

Desde la teoría psicosocial del origen de los afectos:

Que un objeto, entendido el concepto en toda su amplitud y sin referirnos en lo absoluto a la concepción psicoanalítica, nos atraiga, "acercamiento", y afecto: "mantenimiento del mismo" depende, en principio, de tres factores: la proximidad, la similaridad y la eficacia. Proximidad: si disfrutamos de más posibilidades de mantener el contacto con un "objeto", es más probable que descubramos que han despertado en nosotros actitudes (1) positivas, así como similaridades, salvo que se establezca una situación de reactancia. Similaridad: Desde el punto de vista de la Psicología Social, no es cierto que "polos opuestos se atraen", aquello en lo que reacciona atraernos.

Eficacia: Aquel objeto que nos resulta eficaz o con el que nos sentimos eficaces posee para nosotros una mayor capacidad de atraernos. Evidentemente, como ha demostrado hasta la saciedad el Conductismo, la experiencia vivida hace que aquellos objetos con un afecto de valencia predominantemente positiva, den lugar en el sujeto a una actitud hacia ellos, o hacia otros que actúan como significativos, de carácter positivo en mayor o menor grado.

J. Bleger define: "Se llama aprendizaje o learning a este proceso por el cual la conducta (*) se modifica de manera estable a lo largo del tiempo (242).

Por último, y asumiendo los paradigmas del aprendizaje social, las personas no aprendemos solo de lo vivido y reforzado por la percepción de los otros, de las consecuencias observadas o atribuidas de sus conductas, e incluso las reacciones emocionales forman parte de nuestro acervo experiencial. En nuestra cultura hay factores que, a una mayoría de personas, les despierta un interés, por ejemplo la belleza.

Desde estos planteamientos, y centrando nuestra reflexión en el objeto de este apartado: el móvil, podríamos plantearnos si los móviles presentes o constituirse en variables, de mayor o menor entidad, influyentes en el crecimiento acelerado e intenso del número de usuarios. La telefonía móvil se ha extendido, en dirección centrífuga, del mundo político y económico-empresarial, al profesional y al ciudadano; la proporción de géneros en dichas actividades, del mundo masculino al femenino, de los adultos a los jóvenes y, en número que crece, de grandes urbes al mundo rural y del norte al sur.

En mi opinión, la experiencia positiva anterior con otros instrumentos de comunicación interpersonal, y, sobre todo, valores culturales significativos en la "aproximación" al móvil de la avanzada de usuarios definida anteriormente (3). A estos factores se suman el estatus, poder, modernidad, etc.) y los mecanismos de aprendizaje social, haciendo que los círculos de población que "necesitan" el objeto de consumo, se hagan más y más amplios.

3. La persona/la personalidad

A las 7:30 a.m., llega la señora que realiza la limpieza en casa, trae su móvil, de tarjeta, solo para estar localizada por si sus hijos llaman. Prácticamente nunca llama ella, ¿no es suficiente el teléfono fijo para cubrir esa función?

Cualquier calle. El mobiliario urbano se ha enriquecido con un nuevo conjunto ornamental formado por elementos individuales que se estructuran en múltiples combinaciones, aparentemente caprichosas: varón encorbatado, quieto, tenso, con una mano en un bolsillo, un pequeño que apenas se ve, y la otra como taponando el otro; una chica camina relajadamente mientras mantiene el móvil, con la otra oreja; una señora busca con nerviosismo en su bolso, que emite una repetida e insistente musiquilla; algunos de los elementos de la postura ya descrita y conduciendo con una sola mano.

Son las 10 de la mañana, en la cafetería desayunan personas de diversos grupos sociales, edades y condición. Con los ruidos de los móviles...

- Psicología de la Personalidad: Aquella corriente psicológica que tiene como objeto de estudio la PERSONALIDAD (8). Los modelos generales de cómo se organizan, estructuran, se forman o actúan los elementos que la componen, pero, en sentido contrario a lo que se pensaba, a pesar de que este concepto no es asimilable a diferencias individuales, han conseguido sus mayores éxitos gracias a ellas: “Los psicólogos, que encontraron en el concepto de Dimensión la manera de explicarla e, incluso, de predecirla y reducirla pronto en la correlación y en el análisis factorial su propia metodología de estudio, lo que la convirtió en una ciencia más entre las ciencias. En conclusión del Concepto más globalizador, el INDIVIDUO, pasamos al individuo de la especie humana, la PERSONA y la PERSONALIDAD, los aspectos psíquicos del sujeto.

Por tanto, creo queda suficientemente justificada mi elección del segundo concepto, la PERSONA y el de Personalidad pero las personas pertenecientes a un mismo grupo social tienen en común por desarrollarse en un determinado contexto histórico y observan sus CONDUCTAS.

4. móvil-persona: el contexto

Antes de continuar, dos palabras sobre el contexto ya que, retomando la metáfora del fotógrafo, ese contexto sería el momento determinado y por el que transitan los dos elementos objetos del análisis. Es el escenario que, no sólo cubre el fenómeno que lo provoca y determina.

J. Bleger, en su obra Psicología de la Conducta, afirma: “Para estudiar un fenómeno debemos hacerlo en función de sus relaciones. Las relaciones de un ser humano derivan siempre de su relación con el conjunto de condiciones totales y reales. El conjunto de elementos, la situación, que se denomina SITUACIÓN, que cubre siempre una fase o un cierto periodo de tiempo” (1996: 40).

Estamos en el periodo de transición entre dos siglos y dos milenios, con un tipo humano producto de la cultura occidental y sus sistemas educativos y las circunstancias sociales y técnicas los factores más decisivos en su aparición. H. Carpiñero identifica a Ortega, y siguiendo a este autor lo describe: “Lo que lo caracteriza es que reclama con insistencia los placeres; cree tener derecho a su voluntad con violencia de modo que ésta es ya, en rigor su “única razón”... “desea el automóvil y goza de él, pero cree que es edénico” (op. cit: 13).

La situación es un marco, un paisaje, demasiado amplio, por ello es necesario otros “encuadres”, que permitan reducir la perspectiva y requiere enfocar el CAMPO, que no sería más que el conjunto de elementos coexistentes e interactuantes en un momento determinado hipotético y transversal de la situación delimitando en el espacio y el tiempo el fenómeno que se estudia. El campo de visión, la introducción, así como los distintos ÁMBITOS (9) que irá recorriendo la cámara. Es decir, utilizaré un encuadre situacional, a-histórico.

5. móvil-persona. interacción y motivación social

Hace poco más de un lustro se podían escuchar las siguientes frases: “Sr. B. Le vamos a proporcionar un teléfono móvil para que lo lleve fuera de la oficina”. “Mi empresa no me proporciona el móvil, pero voy a tener que comprármelo para poder tener mayor libertad”. “El móvil comprado, es lo último de lo último”. Hace 4 o 5 años: “Mi jefe me tiene loco, me llama al móvil a cualquier hora, es un poco molesto”. ¿Tu empresa no te proporciona el móvil?”. “Pepe/a no voy/vamos a tener más remedio que comprarme/nos un móvil, así es como lo necesita/n”. “Me resisto a tener que comprarme ese cacharro”. “Papi, a Marta le han comprado un móvil y sus padres están en el barco”. Actualmente: “El niño ha cumplido 14 años y tendremos que comprarle el móvil” “Felipe enséñame tu móvil, es aún más interesante”. “Te daré los números de mis dos móviles”. La misma evolución podría observarse si se analiza la evolución de la publicidad. Aunque, evidentemente, en toda relación humana está implícita la comunicación, que trataré más adelante con toda amplitud, nosotros ocupamos, en este apartado trataré de la MOTIVACIÓN para interactuar, ya que INTERACTUACIÓN es un concepto mucho más amplio, parte, quiero referirme, específicamente, a la interacción entre los dos elementos de nuestro binomio móvil-persona, y la comunicación.

Para interactuar, es imprescindible entrar en contacto. ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Cómo? Dirijamos el objetivo de la cámara a nosotros mismos. Ya he tratado de las fuerzas que están en la base de la atracción y el acercamiento. En esos fenómenos es, la cualidad del fenómeno, en marcha esos tipos de experiencias y conductas consecuentes; cuando son necesidades del sujeto los que ponen en marcha, enfoco, por tanto, al “sujeto”, a la Persona.

En el T. I del Tratado de Ciencias Psicosociales Aplicadas, coordinado por Latorre Postigo, se encuentra la siguiente definición de Motivación: Dado que no existe una definición consensuada se puede describir la conducta motivada en función de sus características:

- Es propositiva: está orientada y dirigida hacia una meta que el organismo intenta alcanzar.
- Es fuerte y persistente: los organismos emplean grandes cantidades de energía para conseguir la meta y superar los obstáculos.
- Es periódica: muchas de las conductas motivadas se repiten en el tiempo.

Las conductas de comprar, pedir y usar el móvil, ¿son conductas motivadas? ¿Qué podemos decir, de forma más específica, sobre si ha sufrido algún tipo de evolución o modificación, desde los primeros momentos hasta la actualidad?

Parto de la premisa de que, al nacer la telefonía móvil, ya, la absoluta mayoría, se podría decir que la totalidad de la población tenía como un objeto imprescindible, y la comunicación telefónica había sustituido, en una proporción muy significativa y con efectos, el contacto personal, tanto en el ámbito laboral como en el familiar y social.

Por tanto, “en el principio” del móvil ya existía la necesidad del teléfono y éste ya condicionaba el estilo de vida; estaba presente en los centros laborales y en las calles (los que formaban parte del mobiliario urbano, fijos y públicos); a veces se buscaba febrilmente las colas ante ellas, aunque aparentemente, no constituía un desideratum poder hablar en cualquier momento y desde cualquier lugar, en la calle, en el coche, sin colas, sin molestias, privadamente, el “hedonista” y “operativo” sujeto de la Era de la Comunicación. La nueva tecnología, de un “no sé” dubitativo y curioso a un “tengo que”, sintiéndose impelido a poseerlo para cubrir una gama de necesidades. Aceptando que las conductas de comprar, pedir y usar el móvil son conductas motivadas, iré un poco más lejos en el análisis de las conductas que estamos hablando?

Los motivos se clasifican en primarios o biológicos y secundarios o sociales. La conducta que analizamos tendría una base biológica, motivaciones biológicas, según Madsen, tienen las siguientes características: Una base orgánica, determinan actos universales, señales innatas y el organismo tiene que satisfacerlas para conservar la salud y la vida. Evidentemente la necesidad del móvil es una necesidad biológica. ¿Qué define los motivos secundarios o motivaciones sociales? Recurriré de nuevo al Tratado de Latorre: “Las necesidades secundarias son aquellas que dependen del ambiente social en el que se mueve el individuo... lo que nos da a entender la importancia de los mecanismos de incentivo social. Los motivos biológicos (hambre, sed, sueño) son muy claros y definidos, aunque en la actualidad las conductas sexuales y

“Pepe, no se te ocurra cerrar el móvil por si tengo que llamarte, ya sabes lo que me asusto si creo que no puedo localizarte”. “llevarme en coche!”. Para eso te he comprado el móvil, para tenerte localizado”.

“Papá, que me entra la angustia si te tienes que ir, llévate el móvil y dime siempre donde estás”. “¿Cómo has llamado a tu su playa?”

El teléfono en general ha supuesto, y el móvil en particular ha incrementado, la posibilidad de que las personas, excesivamente, satisfagan sus necesidades disfuncionales de control del “otro”. Se han constituido en “trampas” para que, en muchas insuficiencias se sienta “obligado” (ya que le sentencian: “no te cuesta ningún trabajo”), a responder a las demandas, a pesar de sentido, la comunicación telefónica, viene a realizar una función vicariante del aislamiento, individualismo y alejamiento interpersonal actual en el primer mundo.

5.3.2 móvil e independencia o autonomía

“Me encanta viajar sola/o de noche, ahora, con el móvil, puedo hacerlo mucho más tranquila/o”. “Dejemos a los niños en casa, tú haces eso, yo hago aquello, cuando termines me das un “movilazo”.

Es bastante evidente que la telefonía móvil permite o facilita un mayor grado de elección de conductas alternativas y conductas individual y de la autonomía.

5.4.- móvil y aprobación

“Dame tu número de móvil. ¡Cómo! ¿Qué no tienes?”. “Papá/mamá, necesito el móvil, todos mis amigos lo tienen”. “ ¡Oh!, ideal”.

¿Se puede afirmar que la estructura social actual, considera deseable tener un teléfono móvil y refuerza positivamente utilizarlo? SI, tanto directamente, como a través de los modelos y la publicidad.

5.5.- Nota final. Evolución de la motivación

En mi opinión, estas motivaciones se han ido intensificando, desde el nacimiento de la telefonía, en función del mejor conocimiento de las prestaciones ofertadas y del número de usuarios. Todo esto, a sabiendas de que he obviado el proceso de influencia que estos conocimientos, para incrementar la necesidad, reforzar actitudes positivas, dotar al objeto de valores de atracción y consumo.

6.- móvil y comunicación

En este apartado, la diada primigenia se transforma, ante el objetivo de la cámara virtual de la que me he servido a lo largo de este texto. Emisor, Receptor, Canal, Mensaje y Feed-Back, es decir, un proceso de comunicación interpersonal a través de un canal comunicativo. Las modificaciones que las características de este nuevo canal han introducido en la comunicación, o incluso, ampliando la percepción del otro, y de la propia identidad, en resumen, en la Comunicación Verbal y No Verbal, serán el nuevo objeto de estudio. M. Argyle en su obra Psicología del Comportamiento Interpersonal, incluye todas las conductas comunicativas dentro de la interacción, cuyo objetivo último sería buscar las respuestas deseadas de los demás: “Tales técnicas y signos comprenden desde los tipos de contacto corporal a los gestos y los modos de hablar”... “Además, estos elementos del comportamiento verbal generales de comportamiento, tales como los utilizados para establecer intimidad o dominancia”... “Aunque el principal fin de los de otros, parte del comportamiento social se ocupa simplemente de mantener el flujo de la interacción” (1994: 37). Es decir, todo comportamiento social observable es COMUNICATIVO.

6.1.- Comunicación verbal

Para comenzar, un dato recogido por la edición digital de El Mundo de fecha 3 de noviembre de 2000 en su sección Sociología sobre el uso del ordenador y el teléfono móvil: “El 42,3% de los españoles posee teléfono móvil. Y, de ellos, el 78,1% dice que es para familiares”. Solo el 34,8 % lo hace por trabajo” (14).

El lenguaje se utiliza para preguntar, informar, dar instrucciones u órdenes, influir, etc., pero Argyle afirma: “Una gran parte de la comunicación alguna cosa sería o resolver algún problema. El lenguaje informal, como se le llama, se ocupa más del establecimiento de relaciones sociales: la charla, el chisme ocioso... Se ha demostrado que aproximadamente la mitad de las costosas conversaciones de este tipo”. (op. cit.: 46).

Dentro de la comunicación verbal, el móvil es uno de los elementos de las nuevas tecnologías que introducen la posibilidad de la comunicación oral y escrito (la transmisión de la imagen aún no se ha popularizado ni se desarrolla, prioritariamente, en la telefonía móvil).

6.1.1.- Comunicación oral

“Te cuelgo que estoy llamando desde el móvil” “Que ruido se escucha ¿Estas en un bar?... No, es la TV”

En mi opinión, la comunicación oral a través del móvil no introduce diferencias significativas en lo lingüístico ni en lo paralingüístico de la telefonía fija; sólo, como se infiere de los ejemplos que preceden, en dos aspectos: uno es en la extensión del mensaje (mayoría de las llamadas, que, en principio, depende de la situación económica del usuario y de si lo paga alguna institución) y el que asume el coste ni lo realiza a cargo de una actividad laboral, es decir, es dependiente, el control externo es más restrictivo, “adecuar” la información a lo más “conveniente”, sobre todo en lo que se refiere al lugar donde se encuentran los sujetos, son

6.1.2.- Comunicación escrita. Los mensajes

Para ilustrar este apartado, utilizaré la transcripción, cuasi literal, de algunos párrafos de un artículo de El Mundo Digital de 1999 titulado “La jerga móvil se impone en las aulas”, ya que, solo su lectura, hace baladí explicitar lo que tan gráficamente en él se describe. Subtitula el autor: “Los adolescentes crean un nuevo lenguaje ideado para economizar sus mensajes telefónicos”.

Desarrolla en el texto: “Madrid.- “Bip-Bip”. Ana de 18 años, cierra su cuaderno de literatura y deja su comida rápida. “Hola. Soy tan pequeña como una nota plegada y pasada dentro de un aula. “Hoy me tok el tema 3. Stas en la biblio?” “No toy en el McDo”. Esta peculiar forma de lenguaje se desarrolló por la necesidad económica (si el chisme celular se puede considerar una necesidad de 10 pts. el minuto; un mensaje 20 pts. en total. Pero hay un problema ¿cómo resumir toda la angustia y el hastío de la adolescencia

Dada la naturaleza del objeto de estudio y del paradigma utilizado, opino que la metodología expositiva más adecuada para de no seguir una ordenación alfabética, imposible por no tratarse de signos lingüísticos.

Dividiré este breve y humilde intento de establecer el inicio de una semiótica del móvil, en dos listados de “signos” según CERRADO, para el móvil (17), COLGADO O COMUNICANDO, para el fijo.(18). Igualmente diferenciaré, en algunos casos, en Antes de abordar la descripción de los signos, dos palabras sobre algunos aspectos técnicos, que son de sobra conocidas esenciales en las conductas que vamos a describir e interpretar.

1) Los teléfonos fijos, la mayoría de ellos en la actualidad, no muestran en pantalla el nº del emisor, los móviles, todos, no sólo al agenda de la unidad telefónica, aparece su nombre.

2) Hasta ahora, los fijos no informaban de los números de las llamadas no atendidas salvo que hubiesen dejado un mensaje de perdidas tanto si han dejado mensaje como si no.

3) Los fijos no tienen una información específica de desconexión.

4) Salvo a través del fax, el fijo no emite mensajes escritos, y desde luego la cualidad de intimidad de estos, es infinitamente menor del móvil.

5) Los fijos no llevan agenda incorporada, ni avisador personalizado (sonoro o no).

6) Los fijos no forman parte de nuestro atuendo ni lo condicionan.

7) Los fijos no producen más que una mínima interacción en lugares públicos.

8) Las unidades fijas, en nuestro medio socio-cultural, son absolutamente populares y salvo que incorporen últimas y sofisticadas de estatus.

Como se deduce de esta breve relación, la telefonía fija interactúa con la móvil, incorporando aquellas prestaciones de desarrollándose ésta gracias a la tecnología de su predecesora. Por ello, muchos de los signos que incluiremos serán comunes

Semiótica de la comunicación telefónica

PARTE I.- TELÉFONO ABIERTO

Nº de Llamadas (m.f)(E.R): De forma absoluta, no es significativo, depende de múltiples variables. Un nº de llamadas muy elevado de características similares, podría interpretarse, fácilmente, como un sujeto con un alto nivel de estrés.

Nº de llamadas por intervalo de tiempo (m.f). (R): La variación significativa de la frecuencia de llamadas por un espacio mantenido si es en sentido decreciente: mayor aislamiento, pérdida de poder, disminución en la actividad empresarial, cambio de situación (E): La variación significativa en sentido decreciente: necesidad de aislamiento y/o concentración, bajada del estado de ánimo, estrés, enfermedad, etc. Y VICEVERSA

Conocer el nº de teléfono: (f): No tiene mayor valor, se puede conseguir con bastante facilidad. Más significativo es la ocultación del tercero: personas celosas de su intimidad por motivos legítimos o ilegítimos.

(m): Dar el nº de tu móvil o conocer el de otro supone un nivel de interés (puede ser circunstancial por requerirlo una actividad de confianza).

Los números que se conocen de memoria (m.f): Salvo casos donde la persona valora, como un reto personal o como demostración de recordar el mayor número posible de teléfonos, puede significar: interacción cercana e intensa, en caso de que no exista, interés.

Números que se mantienen en la agenda o que se temen perder (m.f.). (E): Personas a las que atribuyes un interés o eficacia y (R): El número de personas que tengan tu teléfono en “favoritos”, puede ser una medida de tu eficacia y sociabilidad. Importancia de dicho grupo de población.

No llama alguien que se espera y está en la agenda (m.f). (R): Si se mantiene la situación por un tiempo suficiente la interacción es diferente (menor), o utiliza una estrategia de poder. Si se ha llamado varias veces, esa interpretación tiene otras variables y mucho más si esta secuencia conductual se produce a través del móvil, ya que las llamadas quedan registradas necesita o desea esa llamada (E): Evitación de una tensión, conflicto, experiencia de ineficacia o daño supuesto al otro. Agresión.

Teléfono operativo en situación de entrevista cara a cara (m.f.): (R): Si no se advierte de que se espera una llamada localizada/a, falta de respeto al interlocutor o al tema, estrés; en el caso de que sea el móvil, también podría significar ocultamiento de conversación para llamar e igualmente no se ha advertido de la necesidad de hacerlo, los significantes serían los mismos con el interlocutor puede ser más intensa, ya que no existe la atenuante de la irresponsabilidad.

En general, la actitud social manifestada, para estos comportamientos, es bastante permisiva y tolerante.

móvil abierto en evento social (concierto, conferencia, clase, entierro, boda, etc.) (m):

Falta de atención (despiste), respeto, interés, educación; agresividad encubierta; individualismo exacerbado.

Llamada y corte antes de ser recogida (f.m): (R.E): Si es conocido por ambos, emisor y receptor, el significado es una forma concreta: “llamaré”, “llámame”, “me acuerdo de ti”, “hay moros en la costa”.

(R) Si no se espera y es en el fijo (sin pantalla), no tiene un significado concreto aunque puede producir: incertidumbre, inseguridad en el móvil, al conocer el nº se disuelve la incertidumbre y puede tener un significado más concreto: “o tiene dinero y prefiere el momento”.

No se responde a la llamada (m.f): En este caso es siempre un signo para el emisor: si es fijo, no está (puede incluso levantarse mayores).

Si es móvil, puede ser que esté fuera de cobertura, no le ha dado tiempo, lo tiene apagado..., sólo si se repite la conducta del receptor de que se ha producido la llamada, el significado puede variar y traducirse como una negación a interactuar con el móvil, ampliaremos al referirnos en el siguiente apartado al móvil apagado.

móvil apagado

En sí, el teléfono apagado, si no responde a una eventualidad funcional sino intencional, tiene el mismo significado que el silencio, es que es SILENCIO, no el silencio como parte del sistema que denominamos lenguaje verbal, sino el silencio como silencio, en el proceso comunicacional” que aparece en su libro recopilatorio El silencio ya diferencia: “Y cuando no hacemos también; señalamos con nuestro silencio, que en el nivel no verbal es, no el reposo, sino la quietud. El silencio por antonomasia extraverbal) son, pues, formas de conducta, formas de habla: en suma, actuaciones” (1992: 80)

El SILENCIO como signo, en palabras de J.L. Ramírez González, “Equivale a considerarlo como algo dotado de sentido”

Tras el análisis realizado, no considero que hasta el momento actual, e incluso hasta donde la vista alcanza, la telefonía móvil sea el objeto a su servicio, el móvil, en particular, CAMBIEN FUNDAMENTALMENTE LAS RELACIONES SOCIALES.

Como todo objeto, en mi opinión, el teléfono móvil no lleva inscrita en su propia naturaleza un modo de utilización inevitable o esencial en la existencia humana.

Dicho esto, los cambios psicológicos, sociales, psicosociales y culturales más significativos que podemos atribuir a esta tecnología (en el sentido del humor) o que puede vislumbrarse que producirán serían:

- Cambio en el mobiliario urbano. Podremos contemplar en nuestras ciudades esculturas vivientes, quietas, aisladas, deambolantes o chillonas o silentes.
- Aumento del peso en los bolsos femeninos/masculinos, o inclusión en la moda de un nuevo bolsillo o complemento ad hoc.
- Aumento de las posibilidades de autoagresión, por olvidarse o perder el nuevo y valioso objeto; no solo por la torpeza o el miedo a la dependencia que vamos creando de la agenda o del número correspondiente y proporcionado a los elegidos “¿Cómo funciona el móvil?”
- Problemas de reciclaje (las técnicas y nuevas ideas para resolver este problema ya se han tratado en la prensa). Se dice que el móvil es “caducable”, deja de funcionar; pero sobre todo hay que seguir consumiendo. Y que conste que yo tengo móvil, coche, lavado de coches, etc.
- Gracias al móvil podremos distinguir mejor los sujetos respetuosos de los agresivos sociales (creo que no necesita aclaración).
- Aporta un nuevo elemento para la diferenciación/identificación y el estatus.
- “Estimula” nuestro afán productivo para aumentar los ingresos económicos e incluir en los gastos mensuales las cuotas o cuotas de cuando creemos que, al menos, tenemos el terminal, alguien lo pierde o lo estropea.
- Incrementa y enriquece la contaminación acústica, sobre todo en los lugares cerrados, Y, desde una perspectiva psicológica, un entorno que cada vez lo soporta peor.
- Favorece la creatividad lingüística de nuestros jóvenes y su concentración en proyectos personales.
- Permite aprovechar el tiempo, resolviendo gestiones en situaciones que obligaban a la pasividad, (esperas, colas, etc.); a huir de actividades que requieran un mayor esfuerzo.

En un tono más serio pero no por ello menos sincero:

- Permite afrontar un mayor número de experiencias que comportan, de forma absoluta o relativa, factores de riesgo, a un nivel significativamente e incluso eliminando las consecuencias lesivas que pueden ocasionar la aparición de determinadas eventuales.
- En este aspecto YA ES IMPAGABLE, y justifica por sí solo la existencia y aceptación del móvil, su influencia decisiva (catástrofes, secuestros, etc.). Rompe el aislamiento forzoso, elimina el “silencio” de la imposibilidad de contacto y por tanto de Por esta función, inherente a sus características, el buen uso del móvil influye e influirá significativamente en las vivencias de
- Ya las nuevas generaciones de móviles permiten el acceso a Internet, por tanto a mayor información en cualquier momento en una mayor OPERATIVIDAD Y LIBERTAD.
 - Y por último introduce nuevos elementos de interacción y comunicación, modificándola ¿Cuantitativa o cualitativamente?
- Me comprometo a seguir este análisis con la observación y los datos que la investigación nos proporcione.

Bibliografía:

- Argyle, M.: Psicología del comportamiento interpersonal. Madrid, Alianza Editorial, 1994.
- Baron, R.A., Byrne, D.: Psicología social. Madrid, Prentice Hall, 1998.
- Bleger, J.: Psicología de la conducta. Buenos Aires, Paidós, 1996.
- Castilla del Pino, C: Dialéctica de la persona, dialéctica de la situación. Barcelona, Ed. Península, 1972.
- Castilla del Pino, C.: El silencio.(Compilación).Madrid, Alianza Editorial, 1.992
- Hartman, H.: Ensayos sobre la psicología del yo. México, Biblioteca de Psicología y Psicoanálisis, 1969
- Latorre Postigo, J.M.: Ciencias psicosociales aplicadas. T. II. Madrid, Síntesis, 1995.
- Lopez -Ibor, J.J., Ortiz Alonso, T., Lopez-Ibor Alcocer, Mª I.: Lecciones de Psicología Médica. Barcelona, Masson, 1999.
- Mayor, J., Pinillos, J.L., Ibañez, E., Pelechano, V.: Tratado de Psicología General. “Personalidad”. Madrid, Alhambra Universitaria, 1998.
- Von Weizaker, K.F: El hombre en su historia. Barcelona, Galaxia Gutenberg, 1993
- Wamba Magallanes, F: La existencia humana: Perspectivas psicopatológicas. Universidad de Sevilla, 1998.

Revistas

Anuario El Mundo 2001.

Nueva Economía; ne.com 2001.

El Mundo Digital. Sociedad. 16 de febrero y 3 de noviembre de 2000

Revista de Psicopatología. Vol. 20. Nº 1, Enero-Marzo de 2000

(Recibido el 24-4-2001, aceptado el 11-5-2001)

NOTAS:

(1) Actitudes: “Son asociaciones entre objetos actitudinales (prácticamente cualquier objeto del mundo social) y las evaluaciones que se hacen de ellos” (Ewaldsen, 1994, citados por Baron y Byrne, 1998: 130) .

Una vez establecida la relación de afecto, si sigue satisfaciendo las necesidades de los individuos implicados, esta relación tiene un carácter de conducta. (2) Bleger entiende la “conducta” como una manifestación de lo que debe seguir siendo el objeto de la Psicología: la persona. La conducta es una suma de conductas.

(3) Apuntamos la hipótesis de que es precisamente la experiencia de ineficacia de los ancianos frente a las nuevas tecnologías la que puede explicar el menor uso del móvil por este grupo de población. Personas mayores con una actividad intelectual no responden a la tecnología.

(4) Carpintero define la personalidad básica, citando a Linton, como: “una configuración de personalidad compartida por un grupo de individuos como resultado de las experiencias tempranas que tienen en común”

(5) En cualquier sentido clasificatorio, basado en variables constitucionales, de personalidad, dinámicas o de la forma de ser humano.

(6) Individuo: En el diccionario de María Moliner se define como “cada ser completo y separado, de una especie y género”. An

Otero Castelló, María Dolores, 2002: A propósito de la telefonía móvil...

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:

**Nombre de la autora, 2002; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 47, de feb
la siguiente dirección telemática (URL):**

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina47febrero/4705otero.htm>
