



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Acerca de la evolución de la telefonía móvil y la interacción en la comunicación entre usuarios

Autores (en el caso de tesis y directores):

Gabriela Adjemian

Alejandro Alfie, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2009

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Tesina

Acerca de la evolución de la telefonía móvil y la interacción en la comunicación entre usuarios.

Adjemian Gabriela

DNI:17974800

Tutor: Alejandro Alfie

Introducción

Esta investigación será de tipo exploratorio ya que hay un escaso conocimiento acumulado y sistematizado acerca del tema y no se cuenta con bibliografía específica.

Utilizaremos el enfoque enactivo que se propone como una interesante perspectiva desde la cuál interpretar no tanto lo que sucede delante de la pantalla sino de la conversación que los usuarios establecen con la tecnología y con los otros participantes del sistema. Trataremos de llevar este enfoque al uso del teléfono móvil.

Nos centraremos en la propuesta del Interaccionismo Simbólico que postula que las definiciones de las relaciones sociales son establecidas de forma interactiva por sus participantes, tomando como referente de esta escuela al sociólogo Erving Goffman, que se ocupa de la expresión no verbal, más teatral y contextual, que se genera en la vida cotidiana. Definiendo la interacción cara a cara como la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando ambos se encuentran en presencia física inmediata, aunque en términos de Goffman, la naturaleza indirecta de los mensajes de texto permite quedar cara a cara. También siguiendo esta línea a la Escuela de Palo Alto que propone que todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo.

Índice

1. Aproximación al tema de la interacción.
2. Comunicación e interacción.
3. Mediatización del teléfono celular.
4. El modelo conversacional propuesto por Bettetini
5. El orden de la interacción.
6. Comunicación no verbal.
7. Tecnologías del espíritu.
8. Consumismo vs. Consumo.
9. ¿Qué hacemos con las nuevas tecnologías? o ¿Qué hacen ellas con nosotros?
10. Convergencia comunicativa.
11. Relación cuerpo-mundo.

Hipótesis: La evolución de la telefonía celular como nuevo medio crea nuevos espacios de comunicación donde la interacción juega un rol principal para los cambios que se producen en los usuarios.

Objetivo general:

Indagar la relación entre la evolución del teléfono celular y la interacción en la comunicación.

Objetivos específicos

- Analizar las características de la comunicación y la interacción en relación al uso del teléfono móvil.
- Explorar la comunicación que se produce entre usuarios a través de la interacción que se genera.

Marco teórico

La interacción entre usuarios de telefonía móvil puede ser abordada desde varios puntos de vista: la ciencia y tecnología cognitiva, el enfoque enactivo, la semiótica interpretativa, el interaccionismo simbólico, la Escuela de Palo Alto y también la sociología.

Trataremos de explicar de manera introductoria cuál es el aporte de cada una de ellas y luego nos centraremos en alguna de estas propuestas.

Las ciencias y tecnologías cognitivas se remontan hacia los años '40, momento en el cual el movimiento cibernético impulsaría una década más tarde lo que hoy se conoce como cognitivismo, siendo el primer estadio de las ciencias y tecnologías cognitivas (CTC). La cognición equivalía al procesamiento de la información; o sea, para esta corriente el cerebro humano era una máquina que procesaba información en base a símbolos o reglas. Ésta corriente tiene puntos débiles que llevan al enfoque conexionista que considera la cognición como la emergencia de estados globales en una red de componentes simples y se hace hincapié en el concepto de autoorganización. Éste concepto de autoorganización aplicado en los '70 a la física y matemáticas no lineales renovó el interés por la capacidad autorganizativa del cerebro humano.

Desde las ciencias y tecnologías cognitivas (CTC), la interface es un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta y el objeto de acción. Para Gui Bonsiepe la interface es un espacio inmaterial y cumple un rol fundamental para el diseño de las interacciones. Ésta interface será juzgada por “hacer eficaz” una acción, que el propósito de un usuario pueda ser llevado a cabo exitosamente. El cognitivismo y el conexionismo parten de un mismo presupuesto: el mundo exterior está dado ante un observador y consideran que “el mundo tal como lo experimentamos es independiente de quién conoce”. Sin embargo desde el enfoque enactivo, afirma Francisco Varela: *“nuestra actividad en la vida cotidiana revela que este enfoque es demasiado incompleto. Precisamente la mayor capacidad de la cognición viviente consiste en plantear las cuestiones relevantes que van surgiendo en cada momento de nuestra vida. No son*

*predefinidas sino enactuadas: se las hace emerger desde un trasfondo, y lo relevante es aquello que nuestro sentido común juzga como tal, siempre dentro de un contexto”.*¹

Enactivo proviene etimológicamente del inglés (to enact), y no tiene un término equivalente para traducirlo. Enactuar significa la posibilidad de representar y actuar al mismo tiempo, algo así como ver y hacer simultáneamente. En el enfoque enactivo entra en consideración el sentido común y el contexto como elemento determinante de la cognición humana, atravesados a su vez por el lenguaje, el cuerpo y la historia social; considera a la cognición como acción efectiva, el hombre y su mundo se co-determinan.

Las interfaces enactivas permiten unir tanto los ambientes de la visualización como los ambientes de la interacción. También permiten toma de decisiones rápidas y efectivas. Esto implica que el usuario conoce a medida que actúa.

El desarrollo de las interfaces enactivas favorecerá a la generación y captación del conocimiento organizacional y garantizará su difusión y transmisión en tiempo real.

Para la semiótica interpretativa, desde el autor Carlos Scolari, la interacción es un término que deriva del término interfaz. Debido a que interfaz tiene varias acepciones que tienen que ver con el universo discursivo informático y es un término que puede ser adaptable más allá del ámbito informático o científico, será cada vez más utilizado para definir la superficie o el lugar de la interacción entre dos sistemas diferentes no necesariamente tecnológicos.

Éste autor plantea hablar de metáforas de la interfaz y no de las definiciones de la misma. El poder descriptivo de cada metáfora ayudará a reconocer los rasgos distintivos de las interacciones. Scolari plantea cuatro metáforas: la metáfora conversacional(interface como diálogo persona-ordenador); metáfora instrumental(interface como extensión ó prótesis del cuerpo del usuario); metáfora superficial(interface como superficie osmótica que separa/permite el intercambio hombre-computadora) y la metáfora espacial(interface como entorno de interacción hombre-computadora, usuario-acción o finalidad y un utensilio o artefacto).

El Interaccionismo Simbólico privilegia la acción como interacción comunicativa, como proceso interpersonal y al mismo tiempo auto reflexivo. Considera la comunicación como instrumental, es decir, los efectos del mensaje se producen unilateralmente sin tener en

¹ Varela, Francisco, “Cognitive Science.A.Cartography of Current Ideas, Ed.Gedisa,1988.

cuenta a la audiencia.

Junto con el Interaccionismo Simbólico la Escuela de Palo Alto permiten hablar de una nueva concepción de la comunicación ya que es la base de toda relación social. La esencia de la comunicación reside en los procesos de relación e interacción.

Desde la sociología y el interaccionismo simbólico tomando a Erving Goffman como referente, este autor considera a la interacción social como diálogo entre dos equipos, entendiendo equipo o equipos de actuación a cualquier conjunto de individuos que cooperan para representar una rutina determinada, con dos niveles fácticos por un lado, el individuo y su actuación y por el otro, todo el conjunto de participantes y la interacción total.

1.-Aproximaciones al tema de la interacción

Como todo fenómeno exploratorio en su dimensión socio-cultural vinculado esencialmente a lo humano, la reflexión acerca de la interacción es posible de ser llevada a cabo desde diversas disciplinas y perspectivas teóricas. El nuestro pretende ser un enfoque específicamente comunicacional, y de allí que intentamos pensar a la interacción en relación con la comunicación a través del análisis de las diferentes perspectivas.

Por un lado la semiótica pragmática nos propone una gramática de la interacción “*que contribuye no sólo a imponer una manera de leer sino, sobre todo, un modo de hacer*”.²

Para introducirnos en el tema de la interacción tomaremos a modo de ejemplo la metáfora del escritorio ya que en los ochenta se transformó para esta teoría en la metáfora de la interacción. Ésta metáfora del escritorio significó un salto evolutivo en la interacción entre el hombre y las máquinas digitales. Si tomamos al celular como ejemplo de escritorio, nos encontramos con un menú que contiene íconos como Internet, entretenimiento, mensajes, cámara de foto, contactos, administrador de archivos, llamadas, organizador, ajustes o herramientas y a su vez cada uno de ellos con un sub -menú que conducen al usuario a interactuar con el sistema.

El celular con relación al sistema de interfaces digitales mantiene una coherencia elemento sombreado o tridimensional(objeto activo), elemento sin sombra o plano(objeto inactivo), esto hace que el usuario sin necesidad de tener una competencia informática pueda interactuar con su teléfono móvil. Por ejemplo para enviar un mensaje de texto la secuencia es la siguiente:

- Menú
- Mensajes
- Escribir nuevo
- Opciones: mensaje de texto, mensaje de imagen, mensaje de voz, e-mail
- Si se elige mensaje de texto, se escribe y luego se le envía al contacto elegido.

Esta secuencia de acciones se entiende como *sintaxis de la interacción* ya que el usuario debe realizar ésta acción para lograr un objetivo determinado. Para la semiótica hay dos modelos de interacción (acción-objeto y objeto-acción), que utilizaremos para ejemplificar como actúa el usuario con su teléfono. En el caso de acción-objeto: consiste en elegir primero la acción (por ejemplo: activando el botón menú) y después el objeto sobre el cuál la acción se cumplirá (el icono mensaje abrir). Objeto-acción: primero se elige el objeto y después se realiza la acción sobre él; en el menú de los mensajes, por ejemplo, se puede seleccionar mensaje con imagen agregarle texto o no y enviarlo. Pareciera que éste modelo de interacción es más flexible, deja libertad al usuario y precisamente por ese motivo es el más indicado para los operadores expertos.³Las interfaces bien proyectadas *son fáciles de usar porque contienen indicios visibles en su funcionamiento que simplifican el reconocimiento por parte del usuario.*⁴

En cambio la ciencia cognitiva elabora una concepción respecto al aspecto exterior de un objeto diciendo que la superficie, la forma y los materiales con los que ha sido hecho nos indican que podemos utilizarlo para un fin determinado y no otro. Ve a los objetos como un *paquete de informaciones* que nos indican para que sirven.

El concepto de *affordance* desarrollado por el psicólogo de la percepción J. J. Gibson está presente en toda investigación que utilice el campo de la interacción persona-ordenador, porque nos indica las propiedades reales y percibidas de las cosas materiales, en primer lugar aquellas propiedades que determinan como usar el objeto en cuestión. Cuando los objetos fueron bien diseñados, la *affordance* funciona como un dispositivo de seducción que invita a la interacción. En el caso de los teléfonos celulares el tamaño cada vez más pequeño, los colores, los íconos, los teclados piden a gritos ser usados, apretados, todo en él invita a ser abierto. Esto nos permite ver como el usuario se encuentra con un entorno donde puede interactuar de manera natural.

El concepto de affordance es compatible con la idea de Varela respecto a una “acción guiada perceptivamente”: desde la perspectiva enactiva la affordance no es una información proveniente del mundo físico, sino una propiedad que nace a partir del “acoplamiento estructural” entre el sujeto y el entorno; en otras palabras, se trata de una

² Scolari, Carlos, “Hacer clic”, Hacia una socio semiótica de las interacciones digitales, Ed. Gedisa, 2004.

³ Idem 1.

⁴ Idem 1(pág.128)

propiedad emergente enactuada a partir de una historia de acoplamiento”⁵

El mundo digital construye su propia gramática interactiva siendo cada vez más autónomo de los otros sistemas de interacción.

Como se ha dicho, la semiótica pragmática propone una gramática de la interacción como un modo de hacer. Utilizamos la metáfora del escritorio para introducirnos en el tema de la interacción. Marcamos la diferencia entre lo propuesto por la semiótica pragmática y las ciencias cognitivas, aunque el concepto de affordance las une de alguna forma porque ambas consideran el acoplamiento entre el sujeto y el entorno.

A continuación nos referiremos a la comunicación en relación a la interacción.

2.-Comunicación e interacción

La comunicación como disciplina siempre estuvo asociada al estudio de los medios de difusión masiva. En este sentido se podría decir que en este trabajo de investigación se tomará al celular como un nuevo medio, haciendo referencia a la interacción como una de las dimensiones de la comunicación. La interacción como la comunicación interpersonal en sus múltiples caras, mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus conductas frente al entorno, en este caso particular tomando al teléfono móvil como sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, mediante un lenguaje convenido o fijado de forma arbitraria.

En este recorrido se trabajará a partir de distintos abordajes para poder definir la comunicación y su relación con la interacción, para definir a la comunicación en su relación con el medio social tomaremos a Emile Durkheim y a Max Weber; utilizaremos un enfoque sistémico propuesto por la Escuela de Palo Alto y las escuelas del Interaccionismo Simbólico y como referente de esta última escuela a Erving Goffman para dilucidar las normas sociales que rigen la vida cotidiana, para considerar como dice el autor a “los momentos y sus hombres”, donde el primer término de la relación se refiere al carácter regular y regulado de los encuentros sociales.

Si tomamos a la comunicación como base de toda interacción social, podríamos decir que la comunicación es el principio básico de toda sociedad. Hay un mundo de actividades que

⁵ Ídem 1. (pág.138)

se generan mediante la interacción y que se organizan mediante normas de coexistencia, esto es algo que no se ha tratado como tema de estudio, es más a veces se lo utiliza como tema accesorio. Sin embargo las prácticas de la interacción se centran en las relaciones sociales y la vida pública. Éstas relaciones sociales pueden darse tanto en presencia como en ausencia de las personas, en el caso particular del uso del teléfono celular a través de las conversaciones telefónicas, los mensajes de texto, los mensajes de voz, los mensajes de imagen, etc.; no es necesaria la presencia del otro.

Cuando las personas mantienen relaciones reguladas con otras pasan a emplear prácticas sociales, es decir, adaptaciones estructuradas a las normas dentro de las que forman parte las conformidades, las desviaciones, las infracciones, etc. estas pautas de comportamiento, sujetas a las normas son las que constituyen el orden social al que esta sujeto la comunicación entre ínter actuantes.

Esta comprensión de la comunicación como base de toda actividad humana se fundamenta en una perspectiva de corte sistémico. La actividad humana se constituye en social, y como tal implica objetivos sociales. Si entendemos la comunicación como reguladora de las relaciones humanas, podría decirse que la comunicación es la base de toda interacción social. Si definimos a la comunicación como un sistema abierto de interacciones, significa que la interacción que se genera entre individuos no se produce en un vacío social sino siempre dentro de un contexto. El celular como medio de comunicación permite una interacción en particular que es la de hablar menos pero la de escribir más a través de los mensajes de texto entre los ínter actuantes y en este caso el contexto en el que se produce está interacción puede ser variado. No hay un único contexto sino varios.

El estudio de la comunicación en el medio social está relacionado con los conceptos de acción e interacción. Desde la perspectiva positiva de Emile Durkheim, el hecho social “*es todo modo de hacer, fijado o no, capaz de ejercer sobre el individuo una coacción exterior. O también, que es general en la extensión de una sociedad dada al mismo tiempo que tiene una existencia propia, independiente de sus manifestaciones individuales*”.⁶ Desde la perspectiva subjetivista Max Weber, construye cuatro tipos ideales de acción social, la acción social con arreglo a fines, la acción social con arreglo a valores, la acción social tradicional y la acción social afectiva. Estos tipos ideales de acción social son para el

⁶ Durkheim, Emile, “Las reglas del método sociológico”, Editorial Gorla, 2003.

sociólogo una forma de entender la intencionalidad en tanto sujeto colectivo en relación a otro sujeto colectivo. Estos sujetos colectivos vinculan a ella un significado subjetivo, referido a la conducta propia y de los otros, orientándose así cada una en su desarrollo. Si se fusionan las ópticas positiva y subjetiva, se integran en el concepto de praxis social, que en tanto que síntesis social hace posible el conocimiento individual, inserto en el conocimiento social, basado en las relaciones de producción y transformación de la realidad, fijadas por los propios hombres en un proceso de desarrollo real y material de las condiciones históricas dadas.

Definimos hecho social y los cuatro tipos ideales de manera introductoria para poder abordar a la interacción social desde una perspectiva microsociológica, entendiendo de esta forma a las capacidades que tiene el sujeto para ejecutar dicha interacción y a la necesidad que tiene de involucrarse con el entorno en términos de pertenencia, generando relaciones para una mejor convivencia. Nos vamos a referir entonces a una sociabilidad virtual como aquellos procesos de interacción social que tienen lugar en espacios donde la comunicación está mediada por tecnologías informáticas, en este caso particular, el teléfono celular. Creemos que es necesario estudiar estos nuevos espacios emergentes para plantear los usos, las relaciones y las nuevas subjetividades que se generan. Esta socialización virtual posee las mismas características en cuanto a las relaciones que se establecen en los espacios tradicionales y éstas son la cooperación, la solidaridad, la convivencia, el conflicto y la competencia.

En cuanto a la formación de nuevas subjetividades diremos que emergen a nuestro entender identidades que actúan como catalizadoras de esta interacción comunicativa que potencian nuestras capacidades expresivas y de apropiación de los contenidos.

Retomando lo anterior y según la tesis interaccionista los seres humanos establecen relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden calificarse como procesos sociales. Por ello la comunicación es fundamental en toda relación social, ya que regula y hace posible la interacción entre personas. La interacción permite la existencia de relaciones sociales que conforman lo que denominamos sociedad. Es decir que toda interacción se fundamenta en una relación de comunicación. El uso del teléfono celular es un ejemplo de esta interacción, comunicación.

El enfoque sistémico nos ofrece un punto de partida para abordar el concepto de

interacción, y su vinculación con los procesos de comunicación interpersonal. La Escuela de Palo Alto intentó dar cuenta de las situaciones globales de interacción de las que participa el ser humano. Desde esta perspectiva, los “axiomas de comunicación” son tres: el primero se refiere a que la esencia de la comunicación reside en los procesos de relación e interacción; por lo tanto si tomamos al celular como medio y a los usuarios como participantes de esta comunicación telefónica se establece tanto una relación como una interacción entre ellos mediada por la tecnología de familia GSM; el segundo apunta a que todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo, por lo cual es imposible no comunicar; también esta comunicación vía celular comunica y el tercero y último, afirma que los trastornos psíquicos reflejan perturbaciones de la comunicación. Éste último escapa de esta investigación. El mayor aporte de esta corriente de estudio es que “*el concepto de comunicación incluye todos los procesos a través de los cuáles la gente se influye mutuamente*”.⁷

Las escuelas del Interaccionismo Simbólico tienen como finalidad el estudio de los procesos de interacción social entendiendo que estos tienen por sustancia el intercambio comunicacional. Postula que las definiciones de las relaciones sociales son establecidas de forma interactiva por sus participantes. Es por ello que nos pareció importante tomar a esa escuela en particular para poder fundamentar el hecho de que el uso del teléfono celular genera una interacción que produce un intercambio comunicacional bastante particular ya que tiene como protagonistas a las relaciones sociales que se establecen a través de este nuevo medio. Y en particular al uso del mensaje de texto como nueva forma de relacionarnos.

Los postulados de esta escuela parten de tres consideraciones básicas: la primera es, los humanos actúan respecto de las cosas sobre la base de las significaciones que éstas tienen para ellos; segundo, la significación de estas cosas deriva, o surge, de la interacción social que un individuo tiene con los demás actores; y tercero, estas significaciones se utilizan como un proceso de interpretación efectuado por la persona en su relación con las cosas que se encuentra, y se modifican a través de dicho proceso.

Estos postulados ponen el énfasis en la naturaleza simbólica de la vida social. El análisis entre el actor y el mundo suponen procesos dinámicos y no estáticos. Uno de los conceptos

⁷ Bateson, G. y Ruesch, J., Comunicación. La matriz social de la psiquiatría, Paidós, Barcelona, 1984.

más importantes de esta corriente fue el de *self*, propuesto por George Herbert Mead. Este término *self* (*sí mismo*) se refiere a la capacidad de considerarse uno mismo como objeto, y por lo tanto, tener la capacidad de ser tanto sujeto como objeto, y presupone un proceso social: la comunicación entre seres humanos.

Como heredero del interaccionismo simbólico de Herbert Mead, en donde el individuo asume los diferentes puntos de vista de los integrantes de sus diversos grupos de pertenencia, de Erving Goffman, tomaremos su enfoque dramático de la vida cotidiana, que nos permitirá comprender tanto el nivel macro (institucional), como el nivel micro (percepciones, impresiones y actuaciones de los individuos) y, por lo tanto, el de las interacciones generadoras de la vida social.

Tomaremos dos conceptos fundamentales de la obra de Goffman que nos parecen apropiados para poder demostrar como nos desenvolvemos en la vida cotidiana, el de “*ritual*”, ya que para el autor la vida cotidiana esta constituida por ritualizaciones que ordenan nuestros actos, y estos rituales son la cultura interiorizada. Y a la vez, el de “*máscara expresiva*” para demostrar como los usuarios se presentan en los espacios cambiantes de la vida cotidiana donde utilizan su teléfono.

¿Cómo se ordenan nuestros actos en la vida cotidiana?. Según Goffman a través de rituales que pueden ser de dos clases: positivo y negativo. Los ritos positivos afirman y apoyan la relación social entre el actor y el receptor. La realización incorrecta de estos ritos positivos es un desprecio; la de los ritos negativos una violación. El tipo de rito negativo comporta prohibiciones, evitación, distanciamiento. Sin embargo en nuestra sociedad lo que queda son breves rituales que un individuo ofrece a otro, es decir, rituales interpersonales. En estos rituales son los que haremos hincapié. Porque estas prácticas ritualizadas contribuyen a nuestro entender a la formación de estructuras sociales, marcando el límite de la interacción a través de normas, valores y posiciones sociales. La diferenciación entre la socialización de los sujetos en la construcción de los espacios físicos y la socialización virtual se marca no sólo en ese espacio físico que se genera en el entorno virtual sino también en la mediación del celular que se convierte de esta manera en la infraestructura de la interacción.

El autor pone el acento en la regularidad de la interacción y se ocupa de las estrategias que pueden seguir los individuos inmersos en determinada situación. Nos parece conveniente

utilizar este enfoque porque nos va a permitir demostrar como los usuarios utilizan su celular en los espacios en que se mueven. Este autor plantea que en casi todos los encuentros breves entre individuos se producen dos intercambios, el intercambio de apoyo y el intercambio corrector. El intercambio de apoyo se produce cuando un individuo da una señal de interés en y de relación con otro, y corresponde al receptor demostrar que se ha recibido el mensaje. El intercambio corrector se produce cuando ocurre una infracción al dialogar, entonces el emisor dará las explicaciones correctoras y el receptor dará una señal de que se ha recibido.

En el estudio de la interacción cuando se estudian las funciones de los rituales se debe prestar atención a un concepto que se utiliza mucho que es el de contacto social, este contacto social se produce cuando los individuos se dirigen los unos a los otros y se sabe que se ha establecido el contacto. Existen diversas formas de contacto, la que nos interesa es la del contacto telefónico, éste es un contacto mediatizado a través del uso del teléfono y los individuos pueden estar tanto en presencia como en ausencia, en este caso particular el estar en contacto se refiere a una unidireccionalidad, en el que el individuo ve o escucha a otro, pero sabe que en cambio no se tiene conciencia de él. Otros factores son la probabilidad y la frecuencia del contacto, en cuánto al uso del teléfono celular se podría decir que es mucho más frecuente y más probable el contacto a través del uso del mensaje de texto. Aquí intervendrán costos en cuanto a tiempo, dinero y esfuerzo, tanto si el contacto es directo como si está mediatizado, y cualquiera sea el objetivo buscado.

¿Cómo actúan esta escena de la cotidianeidad los usuarios de telefonía móvil?. Para dar cuenta de este interrogante utilizaremos el otro concepto, el de “*máscara expresiva*”, las personas actúan tras una “*cara social*”, que les ha sido prestada y atribuida por la sociedad y que les será retirada si no se comportan del modo que resulte digna de ella. En este sentido, los individuos actúan en la escena cambiante de la vida cotidiana tratando de presentar en todo momento una imagen convincente de sí mismos según la escena presentada y las expectativas de los interlocutores.

Se nos hace complejo poder demostrar cuál es el nivel micro (percepciones, impresiones y actuaciones de los individuos), en este trabajo sólo utilizaremos ejemplos de situaciones que nos parecen cotidianas respecto del uso del teléfono móvil.

Recapitulando, tomamos a la interacción como una de las dimensiones de la comunicación

donde los sujetos acoplan sus conductas frente al entorno, y a la comunicación como base de toda interacción social es decir la comunicación como principio básico de toda sociedad. De Goffman tomamos dos conceptos el de ritual y el de máscara expresiva para dar cuenta de cómo los usuarios se presentan en los espacios cambiantes de la vida cotidiana produciendo prácticas sociales que condicionan la interacción y contribuyen a la construcción constante de su identidad.

En relación al teléfono móvil como nuevo medio hablaremos de la mediatización del mismo.

3.-Mediatización del teléfono celular

La mediación que produce el teléfono celular en esta infraestructura de la interacción creada por este nuevo medio establece nuevas pautas para la acción, donde la rapidez de las interacciones que genera en el uso del teléfono móvil modifica nuestra percepción de espacio y tiempo y moldea nuestras identidades.

El actor tiene la posibilidad de elegir la máscara a utilizar en estas prácticas sociales y estas prácticas a su vez condicionan la interacción y contribuyen a la construcción constante de su identidad individual, a partir de las expectativas y deseos que tiene el actor de integración en el grupo social.

El uso del teléfono celular potencia interacciones individuales más que colectivas, creemos que esto se produce porque el individuo genera destrezas y competencias propias a medida que aprende como utilizar el teléfono móvil.

El uso del celular en forma masiva, la explosión que tuvo y tiene en el mercado nos permite hablar de éste teléfono como nuevo medio. La construcción del teléfono celular como nuevo medio nos permitirá introducirnos en el tema de los usos sociales y culturales del mismo, para ello se deben tener en cuenta ciertos aspectos que podrían relacionarse entre sí:

1. Los efectos derivados de la tecnología inherente del medio, tal como la alta definición de la imagen que requiere de pantallas cada vez más grandes, de cámaras con más mega píxeles, etc.
2. Los efectos derivados de las características del modo de complacencia de los

mensajes, tales como el uso doméstico, los grupos que se forman en torno del celular, la relación usuario-teléfono, etc.

3. Los efectos derivados de las políticas empresariales de telefonía celular, es decir, relacionados con los contenidos programados, la presencia o ausencia de publicidad comercial, etc.

En lo que se refiere al primer punto hay que recordar que las tecnologías en el campo de la comunicación social son muy raramente instrumentos social y políticamente “neutrales” o “indiferentes”. El hecho que se privilegien ciertos usos y funciones y se desfavorezcan otras implican la tendenciosidad de cada medio. No podrían ser consideradas neutrales porque no son meros vehículos de contenidos, ya que generan determinados efectos psicosociales y pautas de comportamiento respecto de los usuarios.

Algunas valoraciones cualitativas de los efectos socioculturales:

- La penetración gratuita del mensaje televisivo, la radio y la gráfica, ha consolidado un nuevo tipo de usuario no comparable al público selectivo que se moviliza para ir al cine, al teatro o a comprar un libro determinado. Son usuarios menos selectivos y de tamaño superior ya que implican una gran heterogeneidad cultural, debido a la gran diferencia de clases sociales que lo utilizan, lo intergrupalo del medio y las edades diversas de los individuos.
- El teléfono celular ha ocupado un lugar estratégico en la familia, que tiene por un lado un rasgo de seguridad y otro de privacidad. Seguridad de los padres respecto del saber donde están sus hijos y privacidad de los mismos ya que no necesitan del teléfono de línea para comunicarse. El teléfono fijo es el de las comunicaciones de la célula familiar y que adquiere por ello un carácter público y las comunicaciones móviles son más bien garantía de espacios o momentos de aislamiento. La familia es por lo tanto un lugar de tensión entre prácticas individuales y colectivas, entre construcción de uno mismo y construcción de grupo.
- La condición personal y portátil del teléfono celular lo ha convertido en un medio dominante del tiempo de ocio, ya que con sólo utilizar el pulgar se pueden enviar mensajes de texto, seleccionar música, mirar una película, un video, bajar información de Internet, realizar un pago electrónico, comprar entradas para un espectáculo, etc. Lo portátil remite a un individuo y sólo a uno. Este individuo

personaliza su celular, mediante la elección del aparato, de un timbre determinado o un fondo de pantalla específico. El celular se lleva normalmente encima, está vinculado al cuerpo.

- Los ciudadanos compran teléfonos celulares por razones de status social, para socializarse compartiendo música, videos, mensajes de texto; para complacer a la esposa o a los hijos, para que los hijos estén entretenidos. El celular genera en cada usuario un ser autónomo que tiene criterios y gustos propios. En el momento de la compra por parte del usuario, la representación inicial se transforma en un proyecto (tecnología en proyecto). Después, en el momento de la apropiación, el usuario organiza su práctica personal.
- El celular es una concausa que interacciona con otras concausas escuela, ambiente familiar, opiniones de los amigos, en el moldeado de la personalidad y actitudes de cada individuo dotado de gustos e ideologías diferenciadas.

Según Subirats Eduardo: *“Los medios tecnológicos de comunicación y, de manera muy particular los audiovisuales, constituyen la forma básica de interacción humana en la cultura moderna, un factor elemental de integración social y una clave fundamental de las formas de dominación en las sociedades democráticas”*⁸.

¿Cómo se miden las dimensiones sociales de este nuevo medio?. Subirats plantea dos perspectivas, la primera perspectiva la llama instrumental y la segunda manipulativa.

Desde el punto de vista instrumental los medios de comunicación de masas son un medio, un útil o un instrumento. Si tomamos la concepción aristotélica de la actividad técnica y sus medios, los artefactos o instrumentos técnicos de comunicación son entendidos como un medio para un fin. Y en este caso el fin define la causa, y es en particular el teléfono celular como medio de comunicación social el que resuelve la cuestión de sus fines. *“La concepción instrumental de los medios de comunicación comienza y acaba así sus argumentos con un juicio moral”*.⁹ El celular, por ejemplo, puede ser bueno o malo, contar con más o menos tecnología pero lo que no nos aporta este tipo de valoraciones es conocimiento acerca del medio celular como tal. Independientemente de que un celular tenga mayor o menor capacidad para guardar información, sea más o menos bello, ello

⁸ Subirats, Eduardo, “La metamorfosis de la cultura moderna”, Ed. Antropos, Barcelona, 1991.

⁹ Ídem 10, página 170.

supone una determinada relación interactiva, una estructura muy particular de la percepción y la experiencia subjetiva de la realidad que se da a través de la pantalla del teléfono, pantallas tecnómades como les llama Diego Levis, que generan “*un nuevo tipo de relaciones sociales, caracterizadas por su fragmentación, provisionalidad, deslocalización y movilidad, cuyas formas definitivas están aún por definirse*”.¹⁰

La segunda perspectiva que es la manipulativa, comprende los aspectos estructurales de los medios de comunicación. La tesis central de esta teoría se resume de este modo: “*los medios electrónicos de comunicación y, de manera particular, la televisión constituyen medios de interacción social manipulativa porque a su estructura instrumental, y con independencia relativa de sus contenidos específicos, le es propia un poder condicionante y normativo sobre las formas de sensibilidad, los modelos de la experiencia individual y el conocimiento, y, en fin, sobre las propias normas de vida*”.¹¹

Si tomamos en cuenta la tesis de esta teoría podemos decir que a diferencia de la televisión, el celular es un medio digital que cuenta con contenidos específicos, los que trae el propio medio y los que se personalizan y tiene un poder condicionante y normativo ya que, se puede tener una experiencia subjetiva del medio, que afecta a la forma de vida y de la cultura en general y también define nuevas formas de dominación. Por lo tanto se puede considerar un medio de interacción manipulativa porque produce nuevas formas humanas, culturales y sociales de interacción. Miles de personas hablan por el móvil, mientras caminan, conducen o están sentadas en un colectivo, e infinidad de redes electrónicas convierten todo lugar en un espacio de trabajo y todo tiempo en una jornada laboral.

Para este autor hay un tercer aspecto que es el punto de vista estético que remite a dos características básicas de la obra de arte, “*los medios electrónicos de comunicación son por una parte, medios de representación de lo real, y, constituye al mismo tiempo una realidad propia, un mundo independiente o, por decirlo literariamente, el gran espectáculo mediático del mundo*”.¹² Esta tercera aproximación nos hace preguntarnos sobre la realidad que el teléfono celular es y produce por sí mismo. Es en este sentido que podemos decir que el teléfono móvil permite realizar actividades novedosas y en situaciones donde la acción colectiva no era posible. En esta nueva cultura que produce la telecomunicación móvil sólo

¹⁰ Levis Diego, “Pantallas tecnómades”, artículo 2007.

¹¹ Idem 10, página 172.

¹² Idem 10, página 174.

el espectáculo es real y la actuación individual en la vida cotidiana de la persona remite al principio del simulacro. El orden de la representación ya sea de la persona, del poder o del espacio donde se genera, suplanta como simulacro la propia realidad del individuo. Se podría decir que *“somos nuestras propias máscaras psicológicas, institucionales y simbólicas, y, tras sus ojos ciegos, perdemos día a día la percepción de nuestros propios rostros y de los rostros de las cosas”*.¹³

En este caso Subirats podría coincidir con Goffman en el sentido que el individuo permanentemente actúa tras una máscara que le es conferida por la sociedad y se muestra en las escenas cambiantes de la vida cotidiana esperando la expectativa de sus interlocutores.

Goffman sugiere otro término para demostrar como actúa el individuo en esta interacción que se genera : fachada, fachada es esa expresión de tipo corriente que utiliza el individuo de manera intencional o inconsciente para actuar. Esta fachada social puede dividirse en partes, tales como medio, apariencia y modales. El medio sería el contexto donde el individuo desarrolla su actuación. La apariencia se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actuante y del estado ritual temporario del individuo. Los modales son aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos cuál es el rol de interacción que el actuante debe desempeñar en la situación que se aproxima.

Un rasgo general transmitido por la fachada es su carácter abstracto y general, esto significa que las fachadas suelen ser seleccionadas no creadas, y es por ello que podemos esperar que surjan problemas cuando los que realizan una tarea deben seleccionar un frente adecuado para ellos entre varios bastante distintos. A modo de ejemplo del carácter abstracto y general de la fachada a utilizar por parte de un usuario en particular, si en un colectivo suena un celular de alguno de los pasajeros, el pasajero decidirá si contesta esa llamada ante un público desconocido o deja para otro momento esa contestación, pudiendo utilizar un mensaje de texto para tal fin o lo que es más común que el resto de los pasajeros escuchen su conversación. Cuando el usuario del teléfono móvil habla, se halla en dos espacios simultáneamente, el espacio físico que ocupa y el espacio virtual de la conversación. Cuando entra la llamada, el usuario decide de manera consciente o no, la cara que va a

¹³ Idem 10,página 176.

utilizar, la del entorno físico o la del espacio conversacional. La tensión que se genera entre dichos espacios y las múltiples caras que puede utilizar es lo que ponen en entredicho quiénes consideran molesta u ofensiva la utilización del móvil en público.

A modo de síntesis de lo propuesto hasta ahora, los usuarios del teléfono móvil ordenan sus actos a través de rituales utilizando una máscara expresiva y/ o fachada para generar un contacto social, en el que se producen diferentes intercambios, que pueden ser del tipo de apoyo o conectores para poder comunicarse en esta interacción que produce este nuevo medio, el celular.

Sin embargo este nuevo medio y esta nueva forma de comunicarnos pareciera que nos hiciera perder la percepción de nuestros rostros y de los rostros de las cosas como dice Subirats, porque se individualiza el espacio físico y virtual que utilizamos para comunicarnos.

Seguimos sosteniendo que es en la esfera social donde se producen complejas comunicaciones verbales y no verbales entre los individuos que pueden influir en la acción colectiva.

El teléfono móvil como nuevo medio nos introdujo a los usos sociales y culturales del mismo. Subirats nos permitió a través de sus dos perspectivas, la instrumental y la manipulativa medir las dimensiones sociales de este nuevo medio. Hicimos coincidir a Goffman con Subirats utilizando el término fachada propuesto por el primer autor, para poder dar cuenta de las expectativas que generan los usuarios en los espacios donde se mueven. Para completar esta visión del contexto social donde está inserto el usuario introduciremos a Gianfranco Bettetini con su modelo conversacional que propone un modelo de interacción semio-cognitivo.

4.-El modelo conversacional propuesto por Bettetini

Respecto de las comunicaciones en la esfera social, utilizaremos a Gianfranco Bettetini porque considera que para analizar la interacción de un campo audiovisual se debe considerar el contexto social donde se genera con sus manifestaciones discursivas y funciones que el medio asume. En este caso particular el medio es el teléfono celular y el

contexto social podría ser el espacio público con su diferenciación del espacio privado que genera dicho medio.

Para Bettetini la interacción con cualquier máquina digital no es una actividad automática, natural y transparente:

*“El recurso a los signos por parte del hombre nunca es neutral o ingenuo: incluso en las manifestaciones más simples, referenciales y espontáneas se verifica una trama de procedimientos, abstracciones, inferencias y experimentaciones que quizá pocas veces alcanzan el límite de la conciencia de los sujetos que participan del intercambio comunicativo (destinador y destinatario), pero implican siempre una estrecha relación con el fenómeno de la simulación”.*¹⁴

Volviendo sobre el aporte de la semiótica junto con las teorías cognitivas que estudian la relación persona-ordenador, propondremos como un ejemplo de semiótica-pragmática y en el contexto de una teoría del lenguaje audiovisual a Bettetini, ya que su propuesta es la de un modelo de interacción hombre-máquina que puede considerarse semio-cognitivo, donde coexisten en una conversación textual un sujeto enunciador y un sujeto enunciatario.

Para el autor todos los textos incluyen un proyecto de relación comunicativa y un programa de desenvolvimiento de interacción con el público: *“el espectador, a su vez, no se limita a recibir el saber comunicado por el texto, sino que se prepara con un proyecto de interacción con las articulaciones semióticas que el discurso textual le propone. Para realizar este intercambio simbólico el texto produce dos instancias virtuales: un sujeto enunciador productor y producto del texto y un sujeto enunciatario producido por el enunciador y el texto”.*¹⁵

Sabemos que corremos un riesgo al extender el modelo de conversación textual al audiovisual y a las nuevas tecnologías, como es el caso particular del celular, ya que lo visual no puede reducirse a lo verbal y lo verbal no puede reducirse a lo visual, pero también sabemos que hay bastante coincidencia teórico-analítica entre estos dos ámbitos.

Este intercambio comunicativo que propone el autor se realiza entre las estructuras simbólicas (texto, sujeto enunciador y sujeto enunciatario), y la interacción se produce en *“un lugar inmaterial donde los cuerpos están ausentes y donde se produce un*

¹⁴ Bettetini, Gianfranco, “La comunicación audiovisual”, Cátedra, Madrid, 1991, pág.7

¹⁵ Ídem 110.

conocimiento, una adquisición de saber, una incorporación simbólica, fruto de una certeza y de una ilusión".¹⁶La interacción entre el usuario y los teléfonos celulares se genera en un espacio simbólico representado en la pantalla, a este espacio Bettetini lo denomina interespacio. Este interespacio es el lugar simbólico de las transacciones que realiza el usuario en la interacción con el celular que le permite dejar sus marcas en la pantalla y colaborar con la construcción del mundo virtual.

Otro punto es el orden de la interacción.

5.-¿Tiene un orden la interacción?

¿Cuál es el espacio que genera la interacción entre usuarios? ¿ Puede existir un orden en la interacción de los mismos? ¿Qué relación entre comunicación e interacción se genera?

Para Goffman hay un “orden de interacción”, y denomina así a la parte de la vida social donde se producen las interacciones habladas y cara a cara. Este mundo de interacciones cotidianas conlleva a complejos intercambios simbólicos, que son visibles pero que no podemos percibir de manera consciente, esto es lo que permite que los grupos puedan negociar por el espacio público. Los individuos ofrecen la información que más les conviene sobre sí mismos de forma involuntaria, a esto el autor lo denomina “estigma”, ya que son signos o conductas que sitúan al individuo en un determinado status social. “Estigma” y “estrategias” son términos que utiliza el autor para dar cuenta de cómo el individuo se maneja en determinada situación en los casos en que no son sometidos a reglas. La posición de este autor puede ser considerada micro sociológica porque su énfasis está puesto en describir las micro estructuras operantes de lo social.

Esta información que irradianos en el modo de comportarnos o vestirnos ayuda a coordinar la interacción social e identificar a los posibles individuos que van a interactuar con nosotros. Los dispositivos móviles como lo los teléfonos son extensiones de nuestros cuerpos, van a todas partes con nosotros. Esto nos abre la posibilidad de que estos dispositivos formen parte de nuestras interacciones cotidianas con otras personas. Esta

¹⁶ Ídem 148.

nueva manera de comunicarnos entre teléfonos móviles hace que nuestros encuentros cara a cara puedan facilitar, aumentar o fomentar las interacciones humanas.

Utilizaremos los territorios del yo, para poder explicar el uso que hacemos de los espacios cuando nos comunicamos con el celular. En la interacción se generan territorios del yo que varían su organización, unos pueden ser fijos que son los definidos geográficamente, otros situacionales que forman parte del contexto tanto sea privado como público y por último están los egocéntricos. Dentro de ésta territorialidad que se genera se encuentra el espacio personal, que es el espacio en torno a un individuo en un contexto determinado y situacional donde se desplaza frente a otros. Por ejemplo cuando se sostiene una conversación telefónica se puede esperar que una vez iniciada la conversación su entorno esté protegido contra la entrada y la escucha de otros.

Otro de los territorios del yo es el territorio de posesión que es todo el conjunto de objetos que se pueda identificar con el yo y organizar en torno al cuerpo donde quiera que se halle éste. Los ejemplos son los objetos personales entre ellos el teléfono celular y el uso que se hace de éste en particular dentro de los diferentes contextos donde nos hallamos frente a otros. Los objetos personales pueden funcionar como señales de un territorio, el moverlos o desplazarlos o incluso tocarlos es algo parecido a tocar el cuerpo de su propietario, y esos actos se evitan en muchas circunstancias o se realizan con la debida reserva.

Encontramos que dentro de estas diversas formas de territorialidad hay una característica que es la variabilidad socialmente determinada. Dado un contexto concreto y lo que hay disponible en él puede variar mucho nuestro territorio del yo en función del poder y del rango que se tienen. El autor considera que cuanto más alto sea el cargo, mayor será el tamaño de los territorios del yo y mayor será el control de sus fronteras. Los empresarios en general quizás no tengan que esperar a que se haga el lanzamiento de un nuevo celular, es más quizás se lo regalen antes de que salga al mercado y en el contexto en el que se mueven podrán exhibirlo y usarlo de diferentes formas. Sin embargo un individuo en particular no sólo tiene que comprarlo sino que también dependiendo de que modelo sea deberá tener cuidado donde lo exhibe y cómo. Cuando se utiliza una posesión personal como señal de espacio personal, en este caso en particular el teléfono celular, el poseedor tendrá que hallarse presente para enfrentarse con los transgresores, puede lanzar un desafío a todo el que trate de desplazar la señal y combatir su apropiación del objeto.

Podemos decir que en este estudio que estamos llevando a cabo, la relación que se genera entre comunicación e interacción es la siguiente: en la construcción de la vida cotidiana por parte de los usuarios hay un primer elemento de referencia que es el contexto situacional, y es por ello que domina la interacción comunicativa. Y la utilización de las prácticas se funda en el contexto mismo de aplicación y utilización del orden prescripto.

Goffman se detiene en la explicación de la interacción a partir de la adaptación a este orden, sin embargo entendemos que a éste orden habría que sumarle el hecho de que el propio orden de la interacción es parte de la construcción intersubjetiva, lo que hace adquirir al orden un carácter difuso y problemático.

En relación con el orden de la interacción Goffman nos permitió tener la visión microsociológica de la interacción. Los territorios de el yo nos permitieron explicar el uso de los espacios que se generan como usuarios. En definitiva comportamientos verbales y no verbales del usuario con su teléfono móvil. A continuación haremos una introducción a la comunicación no verbal como otra forma de mostrar el comportamiento entre usuario y celular.

6.-Comunicación no verbal

Hemos hecho referencia hasta este punto a la Escuela del Interaccionismo Simbólico y como referente utilizamos a Goffman, situaremos a través de dos autores a la Escuela de Palo Alto y su propuesta de la comunicación no verbal para dar cuenta de otra forma de ver el comportamiento del usuario y su teléfono móvil.

La comunicación no verbal considera el movimiento del cuerpo o comportamiento kinésico y también la proxémica que es el estudio del uso y percepción del espacio social y personal. Todos comportamientos de comunicación no verbal.

Nos centraremos en las actitudes del usuario, dentro del comportamiento kinésico se consideraran las características de los gestos, los movimientos corporales (extremidades, manos, cabeza, pies y piernas), las expresiones faciales, la conducta de los ojos y también la postura. Todas estas conductas tienen la intención de comunicar, otras pueden ser expresivas y algunas dan a conocer rasgos de la personalidad o actitudes.

Las actitudes del usuario también se pueden mostrar como conductas no verbales llamadas adaptadores, estas conductas no verbales se desarrollan en la niñez como esfuerzos de adaptación para satisfacer necesidades, entre ellas desarrollar contactos sociales. En estos contactos sociales hay adaptadores dirigidos a objetos que implican la manipulación de ellos y pueden derivar en el cumplimiento de alguna tarea instrumental, como por ejemplo usar el teléfono celular.

Sabemos que el uso del teléfono celular se genera a partir de los 8 a 10 años, los niños utilizan el celular como una forma de comunicación entre pares, la introducción de los mensajes de texto es la forma más frecuente que tienen los niños para relacionarse más allá de los encuentros personales. El celular en este segmento etario y en los adolescentes se convirtió no sólo en un medio de comunicación complementario sino en un dispositivo personal. En este dispositivo encuentran comunicación, pertenencia, personalización y privacidad. Los mensajes de texto tienen como función el contacto, generando un diálogo de ida y vuelta, reciprocidad e inmediatez. Como diría Goffman la naturaleza indirecta del mensaje de texto permite quedar cara a cara. Ésta tecnología se adecua a la movilidad que caracteriza al adolescente.

Pareciera entonces que el aspecto integrador del proceso comunicativo incluye todas las operaciones del comportamiento que:

1. *mantienen el sistema en funcionamiento*
2. *regulan el proceso interactivo*
3. *hacen referencias cruzadas al mensaje concreto para su comprensibilidad en un contexto concreto*
4. *relacionan el contexto concreto con los contextos más amplios de los que la interacción sólo es una situación.*¹⁷

Podemos dar cuenta que también nos comunicamos de forma no verbal utilizando el teléfono móvil, haciendo un uso del espacio de la misma forma.

La proxémica se ocupa de cómo la gente usa y responde a las relaciones espaciales en el establecimiento de grupos formales o informales, Edward T. Hall propone tres manifestaciones proxemísticas: “una, la infra-cultural, que es conductista, relativa a los

¹⁷ Birdwhistel, Ray, “El lenguaje de la expresión corporal”, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1979.

*comportamientos, y que tienen sus raíces en el pasado biológico del hombre. La segunda, la pre-cultural, que es fisiológica y mucho más enraizada en el presente. La tercera en el plano, micro-cultural, que es sobre el que se hace el mayor número de observaciones proxemísticas. La proxemística como manifestación de una micro-cultura tiene tres aspectos: rasgos fijos, rasgos semifijos y rasgos informulosos”.*¹⁸

Para este autor se presenta una dificultad metodológica para hacer una traslación de un nivel a otro que tiene que ver con la indeterminación que caracteriza a la cultura. Sin embargo el comportamiento territorial en cualquier fase de la vida es fijo y rígido por ello denomina a este tipo de espacio, en el plano proxemístico, espacio de características fijas, porque designa la tendencia humana a marcar el territorio personal.

Entendemos que el avance de la mediatización del teléfono celular ha ofrecido un escenario privilegiado para esta vivencia de un “yo” del territorio, donde se encuentra una sobreimpresión de lo privado en lo público.

No indagaremos mucho más acerca de la comunicación no verbal, nos pareció correcto nombrarla porque nos ofreció otra forma de poder mostrar la comunicación que establecemos como usuarios.

Siguiendo sobre el eje de ver a la comunicación de otra forma expondremos a continuación la propuesta de Lucien Sfez con su metáfora de confundir o Frankenstein.

7.-Las tecnologías del espíritu

Lucien Sfez, es un profesor de la Universidad de París, que en su libro “La comunicación” propone una crítica a la tecnocomunicación. Como estamos hablando de una nueva tecnología que se ha convertido en un nuevo medio, creando un nuevo espacio de comunicación, nos parece apropiado este autor para darle otro enfoque a lo que venimos proponiendo. Compartimos con este profesor que a pesar de que en la sociedad existen nuevas tecnologías no sabemos comunicarnos y creamos nuevas subjetividades en este caso a partir del uso del teléfono celular.

¿Qué significa interacción para este enfoque?. Para Sfez los supuestos ideológicos

¹⁸ Hall Edward T., “La dimensión oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio”, Instituto de Estudios de

que esconde la interacción son:

- La creatividad compartida, es decir computadora –hombre.
- La actividad productora del hombre que es sólo instrumental, mecánica.
- Creación en la comunidad de la lengua, en el intercambio. Hacer de ésta zona de diálogo la verdadera naturaleza de la comunicación.
- Hacer un análisis en términos de semiótica social e integrar las teorías del sujeto en relación con la máquina.

Respecto de la creatividad compartida podemos decir que entre usuario y teléfono celular se produce un tiempo de exposición ante la pantalla del móvil que corresponde a nuestro tiempo de vida y de este modo hacemos entrar a nuestro mundo a la nueva tecnología.

Que la actividad productora del hombre sea sólo instrumental es porque existe un objeto llamado teléfono móvil con el que puede interactuar a través de la ayuda del menú que poseen los celulares, generando de esta forma un nexo que no existiría jamás ante una situación ideal con otro individuo.

Crear la comunidad de la lengua es admitir que no hay creación más allá de ella, eso no nos parece tan así porque se generan otro tipo de intercambios que generan otro tipo de creaciones, mensajes de texto, mensajes de imagen, intercambio de información vía bluetooth o infrarrojo, etc.

En cuanto a hacer un análisis en términos de semiótica social integrando las teorías del sujeto en relación a las máquinas, nos parece que es aceptar de alguna manera que en este caso en particular el celular con sus programas más o menos perfeccionados le conceden a los usuarios la libertad de adorarlos o sostenerlos . Lo que queremos decir con esto es que con la penetración de esta nueva tecnología a la vida cotidiana lo que se produce es la renovación de los elementos sociales, el cambio en las libertades de los individuos, del lugar que ocupan en el grupo, de sus funciones y sus roles, su cambio de identidad. Esto es lo que el autor denomina confundir o Frankenstein :el tautismo.

Sfez utiliza la metáfora de Frankenstein y el concepto de tautismo porque, juntas metáfora y concepto corresponden a la prevalencia de la comprobación tecnológica. Lo que nos quiere decir el autor y a lo que adherimos es que el sujeto no existe si no es por el objeto técnico, en este caso usuario y teléfono celular, cumpliendo éste último la función de

asignarle los límites y determinar las cualidades del hombre. Según Sfez la tecnología dice todo sobre el hombre y su devenir.

Volviendo sobre la propuesta metafórica de Frankenstein podemos decir que hay una pérdida de la realidad, del sentido, de la identidad en la interacción que se genera entre usuario y teléfono móvil. A Frankenstein, Sfez lo utiliza para dar cuenta de la construcción del rostro del hombre y este doble, el que lo revela así mismo como tal.

La ciencia cognitiva como la inteligencia artificial coinciden en inteligencias en las que ya no se sabe cuál es el modelo de cuál. Sujeto y objeto, productor y producto están confundidos. Hay entonces e insistimos con esto una pérdida de la realidad, del sentido, de la identidad.

Si todo lo dicho lo aplicamos a la comunicación, se genera entonces una confusión entre emisor y receptor. *“En un universo donde todo comunica ,sin que se sepa el origen de la emisión, sin que se pueda determinar quién habla, el mundo técnico o nosotros mismos, en este universo sin jerarquías, salvo superpuestas, donde la base es la cima, la comunicación muere por exceso de comunicación y se acaba en una interminable agonía de espirales”*.¹⁹

Esto es lo que propone el autor como tautismo que es un término compuesto por la noción de tautología y autismo. El tautismo como una propuesta ideológica, en tanto trata de ocultar la desaparición del sujeto, sordomudo y pasivo ante la realidad propuesta por las nuevas tecnologías.

Creemos que a partir de ésta propuesta metafórica podemos observar una diferencia entre la realidad y la realidad virtual que viene determinada por este intercambio incesante de información, que proviene del uso del teléfono celular, anulando las distancias, los límites, los espacios privados, los espacios públicos y con todo ello la noción de cuerpo que es la morada del hombre.

Con el fin de demostrar otra forma de comportamiento como usuarios hablaremos de consumismo y consumo.

¹⁹ Sfez Lucien, La comunicación, Buenos Aires, Amorrortu, 2007.

8.-Consumismo vs. consumo

Consideramos hablar de consumismo y consumo porque nos muestra otra forma de comportamiento que tenemos como usuarios de telefonía móvil.

El autor Zygmunt Bauman en su libro “Vida de consumo”, hace una diferenciación entre estos términos. *“El consumo es una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta, y no está atado ni a la época ni a la historia”*²⁰. En cambio el consumismo es un atributo de la sociedad, *“para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada (alienada) de los individuos (como lo fue la capacidad de trabajo en la sociedad de productores) y debe ser reciclada /reificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la sociedad de consumidores”*.²¹

Nos parece que éste consumismo puede establecer los parámetros específicos de estrategias de vida y así también manipular las probabilidades de elecciones y conductas individuales. Una de ellas son las estrategias de marketing publicitario de las empresas de telefonía celular, que inducen en el individuo deseos, ganas y anhelos de apropiarse de celulares de última generación que aseguren el confort que esperan los futuros dueños. Este consumismo líquido, término acuñado por el autor, se caracteriza por una renegociación del significado del tiempo, que está marcado por rupturas y discontinuidades que establecen los vínculos que producen los teléfonos celulares. Cuando un individuo está conectado con su celular *“el lugar donde uno esté, lo que esté haciendo y la gente que lo rodee es irrelevante, la diferencia entre un lugar y otro, entre un grupo de personas al alcance de nuestra vista y de nuestro tacto y otro que no lo está ha sido cancelada, anulada y vaciada. Usted es el único punto estable en un universo de objetos móviles y también lo son sus extensiones: sus conexiones.”*²²

²⁰ Zygmunt Bauman, “Vida de consumo”, Fondo de Cultura Económica, 2007. pág. 43

²¹ Idem pág.47.

²² Zygmunt Bauman, “Amor líquido”, Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos, Fondo de Cultura

Como expresamos anteriormente se produce un espacio físico y un espacio virtual, estos espacios generan conexiones que demandan menos tiempo y esfuerzo para ser realizadas y menos tiempo y esfuerzo para ser cortadas. La proximidad virtual que se genera puede ser interrumpida con sólo apretar un botón. Ésta proximidad virtual diferencia las comunicaciones de las relaciones. Para el autor: *“estar conectado” es más económico que “estar relacionado”, pero también bastante menos provechoso en la construcción de vínculos y su conservación*”²³. Cuando le realizamos la entrevista a Diego Levis y le preguntamos acerca de esta frase nos dijo: *“estar conectado” no es “estar relacionado”, es decir estar conectado no es estar comunicado, hay una conexión y en eso concuerdo. Ahora si considerar que quién está conectado no está relacionado que es lo que deriva de esto es grave por lo que denota... Decir económico y provechoso es tener una visión mercantilista de la vida... provechoso es para sacar provecho y en las relaciones no habría que ser provechoso, tendría que ser para crecer, para enriquecer...”*²⁴

Volviendo sobre el tema del consumo tomaremos a las campañas publicitarias como ejemplo de estrategia de mercado que crea kits de identidad disponibles para el consumidor. Las campañas presentan celulares “nuevos y mejorados” que prometen hacer todo lo que hacían los modelos anteriores pero mejor y más rápido, con el agregado de nuevas funciones que ningún consumidor hubiera imaginado necesitar, así convierten al celular en un objeto de deseo consumista. Otro tipo de campañas promueven las conductas responsables en el uso de la telefonía celular, ejemplo de ello es la campaña Conciencia Celular lanzada por la empresa Personal desde 2006. Los objetivos que trabaja esta campaña son: seguridad , lugares públicos, respeto, consideración , privacidad, conducta responsable y medio ambiente. Consideran que la tecnología nos permite comunicar, crear y compartir. Además que el uso del celular nos permite transmitir nuestras emociones y vivencias. Es por ello que toman a la protección como objetivo, es decir darle prioridad al protegernos y proteger a los que nos rodean, ¿de que forma?, tratando de convivir, comprender, cuidar, compartir, contemplar las diferentes situaciones que se nos plantean como usuarios de telefonía móvil, sin embargo consideramos que, aunque la tecnología nos ofrezca alternativas para hacerlo ,tales como modo de vibración, mensajes de texto,

Económica de Argentina, S.A., 2005. pág .84.

²³ Ídem pág. 88.

²⁴ Entrevista a Diego Levis. Anexo pág. 35 y 36.

mensajes de voz no las usamos. En general el volumen del celular, nuestro tono de voz, las interrupciones que se generan por el ruido del teléfono móvil hacen que como usuarios creemos nuestras propias conductas, nuestros propios espacios sin tener en consideración lo que propone este tipo de campañas.²⁵

Para Bauman “*consumir es invertir en todo aquello que hace al valor social y la autoestima personales*”²⁶, en el caso particular del teléfono celular el atractivo de tenerlos está en elevar el status de los consumidores para ser admitidos en una sociedad que está hecha a imagen y semejanza de los mercados, sin poder percibir que ellos mismos se transforman en bienes de consumo.

Si bien existe una libertad de opción pareciera que los miembros de una sociedad de consumidores estuvieran obligados a seguir los mismos comportamientos que los objetos de consumo.

No vamos a asumir una postura al respecto porque tendríamos que haber hecho otro tipo de trabajo que sería del orden de lo sociológico y el nuestro es un trabajo comunicacional. Pero diremos con respecto a estas nuevas formas de comportamiento marcadas por el consumismo y el consumo como renegociaciones del significado del tiempo y del espacio que tenemos como usuarios, que necesitamos pensar : ¿qué hacemos con las nuevas tecnologías? O ¿qué hacen ellas con nosotros?.

9.-¿Qué hacemos con las nuevas tecnologías? O ¿Qué hacen ellas con nosotros?

Sabemos que el uso de cualquier dispositivo interactivo, en este caso en particular el teléfono celular, transforma a los sujetos que participan de la interacción. El uso del celular influye sobre quién lo practica y deja una huella que de a poco va modificando el medio. Primero se creó para que la comunicación fuera hablada, luego se le fueron agregando los mensajes de texto, los mensajes de imagen, las cámaras, la posibilidad de tener música en formato mp3, etc. Los sistemas digitales siempre tienen un contexto de origen. Sin embargo este contexto cuando llega al mercado se pierde y los usuarios van creando otro.

²⁵ <http://www.personal.com.ar/concienciacelular/2008/07-guía-conciencia.htm>.

²⁶ Zygmunt Bauman, “Vida de consumo”, Fondo de Cultura Económica, 2007, pág.83.

No sabemos en que va a derivar el uso del teléfono celular como tecnología pero si sabemos lo que está pasando con su masificación. *“Si acentuamos los componentes socioculturales de la interacción, las interfaces aparecen como la versión molecular de las mediaciones de Barbero, o sea, pequeños lugares de intercambio, de reinterpretación, de lucha y traducción intercultural, espacios donde la lógica tecnoreproductiva se negocia y se modela a partir de los usos a que son sometidos los dispositivos de la interacción”*.²⁷

Los usos al que son sometidos los celulares generan la interpretación y construcción de nuevos significados, a partir de este nuevo medio que se fue construyendo y de una nueva concepción que hay de él por parte de los usuarios. Para Pierre Lévy *“... concepción y uso, contribuyen alternativamente a la proliferación del hipertexto socio técnico [...] No existe la técnica por un lado y su uso por otro, sino un sólo hipertexto, una inmensa red fluctuante y complicada de usos en la que consiste precisamente la técnica”*.²⁸

Los dispositivos de la interacción, como el celular, se transforman y recombinan por permanentes reinterpretaciones remitiendo de esta manera al modelo de la hipertextualidad. Como plantea Carlos Scolari *“en este punto se encuentran dos conceptos que han marcado a fuego el debate digital de la última década: por un lado, la dimensión micro de las interfaces, el lugar virtual donde se verifican las interacciones; por otro, el gran hipertexto sociotécnico, una trama de actores que esas mismas interacciones van creando y modificando”*.²⁹

Cuando los mensajes de texto superaron la forma de comunicarnos a través del habla, ésta nueva tecnología alcanzó una relativa estabilidad, hubo millones de ventas de celulares, tanto que parecía haber un celular por cada habitante. Cuando le agregaron el dispositivo de la cámara de fotos el uso se expandió porque se producía un cruce con otros dispositivos. Todo esto fue produciendo transformaciones perceptivas y cognitivas en los seres humanos que son parte integrante de la trama socio técnica. Los usuarios de los celulares adquirieron una nueva percepción del espacio y desarrollaron una nueva concepción de movilidad urbana. En cierto sentido el celular creó al usuario.

El usuario, es un sujeto que interactúa con el celular a pesar de no poseer las competencias

²⁷ Scolari, Carlos, “Hacer clic”, Hacia Una sociosemiótica de las interacciones digitales, Ed. Gedisa, 2004, pág.234.

²⁸ Idem 236.

²⁹ Idem 236.

técnicas ni los conocimientos especializados de un programador profesional. Pero la mutación que se está produciendo va mucho más allá de ésta interacción que se produce entre el usuario y el celular como medio. *“Como una reacción en cadena, las recombinaciones de interfaces, las hibridaciones inter-mediales y las contaminaciones entre lenguajes se despliegan a un ritmo frenético ante nuestros atónitos sentidos, los cuáles estaban acostumbrados a los tiempos largos de las escritura impresa... creemos usar las interfaces, pero en realidad también ellas nos están modelando”*.³⁰

Esta interpretación que tratamos de hacer a través del uso del celular como nuevo medio va mucho más allá del teléfono mismo. El celular se utiliza para escuchar la radio, reproducir mp3, como despertador, para tomar y compartir fotografías y videos, también para arreglar salidas y encuentros con amigos, permite enviar e-mails, navegar por la web, chatear. *“Las transformaciones más importantes, una vez más, se están produciendo en los lugares menos evidentes, lejos de las pantallas, en las concatenaciones con otras tecnologías y en los recovecos de nuestra cognición”*.³¹

En cuanto a las nuevas tecnologías, en este caso particular el teléfono celular y el uso que hacemos de él, lo más importante es que la tecnología creó al usuario ya que produjo nuevos significados y transformaciones en la percepción del espacio y la movilidad del usuario.

Sobre ésta tecnología creemos necesario plantear la convergencia comunicativa.

10.-Convergencia comunicativa

Como otra forma de dar cuenta de este nuevo espacio y nuevas maneras de comportarse que tiene el usuario de telefonía móvil utilizaremos a la convergencia comunicativa.

Nos parece apropiado hablar de convergencia porque las tecnologías de la información y la comunicación, en este caso el celular, permiten una influencia notable en las formas de pensar y en las actitudes humanas. La convergencia tecnológica le brinda al usuario del teléfono móvil soluciones completas para sus necesidades, al margen de la tecnología que

³⁰ Idem 239.

³¹ Idem 239.

se requiere para ello. La tecnología deviene convergente al igual que la comunicación, ya que generan cambios de actitudes creando nuevas formas de vida a través de su uso.

Podríamos decir que la tecnología es una forma de construir el mundo y las sociedades humanas, que de algún modo privilegian unas tecnologías sobre otras, cuando se inclinan hacia alguna de ellas como es el caso del celular, lo que hacen es definir una forma de comportarse en el mundo, de comunicarse en este tan vertiginoso modo de ser que tenemos como usuarios. ¿Cuál es esta nueva forma de vida? Podríamos suponer que es la forma de movernos en este nuevo mundo, donde las personas tienen movimientos migratorios que permiten la confluencia de intereses comunes y extensión de costumbres, conductas e ideas donde la tecnología pone en común patrones de flujos tecnológicos. Los medios por su parte hacen converger en un mismo dispositivo los medios de comunicación ya conocidos. Y así el imaginario humano construye a través de su creatividad individual y social los mundos personales y sociales con sus propias identidades. ¿Nuevas subjetividades?

De esta convergencia tecnológica surge un nuevo medio con características propias como es el teléfono celular, que pone en relación estructuras y funciones, que se hacen compatibles para buscar nuevas soluciones a las necesidades que va teniendo el usuario como tal. Ejemplo de ello desde el mensaje de texto hasta la tecnología 3G. Si bien la tecnología en sí misma no es la revolución, sino sólo el instrumento o el puente, para. Este nuevo medio exige cierta adaptación a las conductas sociales, debido a los comportamientos sociales que ellas producen.

La convergencia tecnológica, siempre crea nuevos servicios y productos de mayor calidad produciendo una lucha por liderar el mercado de las comunicaciones. En esta lucha se generan consecuencias económicas, culturales y sociales que sólo hablan de una sociedad interconectada, y no se tienen en cuenta los cambios que se generan tanto individual como social.

Casi todos los productos que se ofrecen por la convergencia de medios ya existían antes, lo que se va modificando es la potencia, la extensión y dimensión que ofrecen creando nuevas funcionalidades que surgen de su relación. Así en la convergencia del celular más Internet, se produce un efecto de mayor comunicación a través de la potencialidad que surge de los mails, de las imágenes bajadas, de la música, la compra de entradas para espectáculos, el pago electrónico de las facturas, de las páginas por las que se navega y todos los demás

usos que hace el usuario de este medio.

Por todo lo dicho la comunicación se transforma en comunicación total, convergente e interactiva prendiendo en la realidad social. El usuario adquiere un papel protagonista en la comunicación tecnificada y a distancia, es decir, puede constituirse en dueño del proceso de comunicación tanto o más que el emisor tradicional. Ésta posibilidad ganó terreno a partir de la entrada en funcionamiento de la tecnología 3G que permite mayores velocidades y mayor interactividad.

Creemos que este fenómeno de intercomunicación humana se presenta en niveles que van mucho más allá de los actos concretos de la interacción entre varios sujetos y pueden llegar a configurar formas mismas de vida, culturas o inconscientes colectivos. En la era de las comunicaciones móviles fuera del determinismo de la publicidad o el consumo se nos presenta una interacción en la que todos los individuos somos potenciales agentes transformadores del resto, inmersos en un juego de interacciones donde el yo interno y el social entran en conflicto y que van más allá de nuestra capacidad de control, dejando la puerta abierta a la sorpresa, la mutación, lo inesperado.

Es el uso de las convergencias tecnológicas las que favorecen y promueven los cambios en la comunicación social e interpersonal. Y la convergencia comunicativa es la que se sirve de estos nuevos medios y sus interacciones tecnológicas para propiciar las interacciones comunicativas que se ponen al servicio de la sociedad y que van del ámbito de la vida cotidiana al tecnológico, cultural y social.

En relación con la convergencia comunicativa, la convergencia tecnológica y ésta nueva tecnología que se va achicando en su formato y agrandando en cuanto a los servicios a prestar, expresan a nuestro entender una convergencia digital y un mundo de comunicaciones móviles que suponen una reflexión sobre el cuerpo. Ya que es el cuerpo propio el que se ve redefinido por ésta nueva tecnología.

11.-La relación cuerpo –mundo

Si tomamos a las cosas como una prolongación de nuestro cuerpo, que son usadas como usamos nuestro cuerpo (que pertenece al tejido del mundo). La relación cuerpo mundo no

puede ser dividida.

Entonces tenemos de las cosas una posesión similar a la que tenemos del cuerpo, no cuentan para nosotros como objetos constituidos sino que las poseemos, disponemos de ellas como partes o prolongaciones de nuestro cuerpo y estamos a la vez en medio de ellas como una cosa. De la misma manera que nuestra mano está a nuestro alcance inmediato y no necesitamos buscarla para emprender con ella una práctica, las cosas que están al alcance de nuestra visión o nuestra percepción, tampoco necesitamos buscarlas y nuestro cuerpo dispone de ellas de modo inmediato. El teléfono para el usuario es la prolongación de su cuerpo y de su mano y el usuario constituye con el celular su propia vivencia del espacio.

El cuerpo tiene las cosas en círculo, alrededor de sí, ellas son un anexo o una prolongación de él mismo, están incrustadas en su carne.

La práctica no es posible porque conocemos las cosas del mundo, sino porque mi cuerpo (percepto-motor), como las cosas, también forman parte del mundo. La práctica aparece ante todo como una respuesta a las urgencias que el mundo nos plantea y no como una apuesta de los motivos que nuestra conciencia elucubra. Son los objetos del mundo en tanto que actuales y presentes los que solicitan nuestra práctica y constituyen en ella y en nuestro cuerpo su motivo. El uso del celular sufrió su mayor transformación al ser una herramienta multimedia permitiendo la conexión múltiple, y los usuarios profundizaron la personalización de estos aparatos.

Mi cuerpo tiene una doble pertenencia, es sujeto, cuando se diferencia de las cosas del mundo y es objeto, cuando se une a las cosas del mundo. Mi cuerpo se relaciona con el mundo, porque es un entrecruzamiento percepto-motriz, mi cuerpo es percepción y motricidad, y origina una práctica y un espacio. ¿Cuál sería la práctica que ejercemos habitualmente con el celular? ¿Cuál es el espacio que creamos?, es difícil de precisar porque este entrecruzamiento entre percepción y motricidad hace que haya para mí un espacio y que una práctica sea posible, se trataría de una sinopsis que se operaría en el nivel del cuerpo propio y no de una síntesis. Pensemos que además del celular actualmente existe en el mercado ropa que actúa como interfaz que permite una conexión-comunicación con el exterior que incorpora micrófonos, cámaras, GPS, sensores que proporcionan al igual que el teléfono móvil información en tiempo real entre el contexto físico y virtual del cuerpo

que las lleva puestas.

A través de la percepción y de la motricidad, el mundo adquiere para el sujeto una fisonomía. La fisonomía es el modo en que los objetos del mundo se convierten de modo inmediato, en el lugar de encarnación de la significación para un sujeto de la percepción, para un cuerpo. La percepción fisonómica se da cuando el sujeto toma los sentidos del objeto y el objeto las intenciones del sujeto. Pareciera que el teléfono celular y la percepción que hace el cuerpo de él no divide la frontera entre lo natural y lo artificial.

El cuerpo para Bourdieu ocupa un espacio social, hay un uso social del cuerpo . El cuerpo está atravesado por determinaciones sociales, porque está inscripto en una cultura, al igual que el cuerpo del otro. Mi cuerpo no genera espacio, sino que es otro objeto del campo social. El espacio es social, es un campo autónomo compuesto por agentes dotados del mismo habitus que luchan por conservar su posición.

En cambio, el cuerpo para Merleau Ponty es un cuerpo vívido, porque se constituye con la experiencia. Nunca es objetivo, es un cuerpo fenoménico (por él capto los objetos). Es una unidad sensomotriz, un entramado de motricidad y percepción. La motricidad es aquella relación práctica con el mundo y la espacialidad es el espacio donde se desenvuelve la motricidad.

El cuerpo genera el espacio y el tiempo, el espacio es corporal. El cuerpo no está adentro de un espacio, sino que lo habita y lo vive; no hay distinción entre espacio corporal y el exterior, uno envuelve al otro, mi cuerpo es en el mundo y el mundo es mi cuerpo. En síntesis el cuerpo como superficie de inscripción de los sentidos sociales para Bourdieu y como sujeto instituyente para Merleau Ponty.

Para Bourdieu yo y el otro estamos hechos por la misma estructura social, en cambio Merleau Ponty plantea que existe la dimensión social cuando hay uno con otro y uno en otro, intersubjetividad, intercorporalidad y co-presencia.

Si el sujeto cuerpo se dedicara a cumplir técnicas o normas sería un autómeta.

A modo de conclusión

A lo largo de este trabajo intentamos explorar el tema de la evolución de la telefonía móvil y la interacción en la comunicación entre usuarios desde un abordaje propio de las ciencias de la comunicación ;esto es, utilizando al Interaccionismo Simbólico y a la Escuela de Palo Alto desde el punto de vista de la interacción y la comunicación que presuponen, y su relación con la vida cotidiana indagando la propuesta dramática de Erving Goffman.

En un primer momento de este estudio, efectuamos un relevamiento de la propuesta de la semiótica pragmática y las ciencias cognitivas como un intento por establecer un punto de partida para análisis ulteriores respecto de la interacción y de la comunicación ya que ambas consideran el acoplamiento entre el sujeto y el entorno. Es en este sentido que tomamos al celular como nuevo medio haciendo referencia a la interacción como una de la dimensiones de la comunicación.

Señalamos que para poder definir la comunicación y su relación con la interacción debíamos establecer un recorrido que nos llevó desde la comunicación con su relación con el medio social ya que la propuesta del Interaccionismo Simbólico postula que las definiciones de las relaciones sociales son establecidas de forma interactiva por sus participantes y la Escuela de Palo Alto propone que todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo. Por ello utilizamos a Erving Goffman para demostrar como nos desenvolvemos en la vida cotidiana ,nos preguntamos acerca de si nuestros actos en la cotidianeidad tienen un orden y entendimos que el límite de la interacción se establece a través de normas, valores y posiciones sociales. Además que el contacto social establecido por medio del contacto telefónico ya sea hablando, por mensaje de texto, por mensaje de imagen, por e-mail, por bluetooth hace que los sujetos acoplen sus conductas frente al entorno condicionando la interacción y contribuyendo a la construcción constante de su identidad.

En relación a este nuevo medio pudimos dar cuenta de la individualización del espacio físico y del espacio privado que utilizamos para comunicarnos.

El modelo conversacional propuesto por Bettetini nos mostró el interespacio como lugar

simbólico que utiliza el usuario en la interacción con el celular que le permite dejar sus marcas en la pantalla y colaborar con la construcción del mundo virtual.

En referencia a los comportamientos y al uso del espacio del que hacen uso los usuarios con el teléfono móvil hicimos hincapié en el orden de la interacción como construcción intersubjetiva que le da a este orden un carácter difuso y problemático.

El usuario tiene comportamientos tanto de comunicación verbal como de comunicación no verbal que son permitidos por el avance de la mediatización del teléfono celular que estableció un escenario privilegiado para una vivencia de territorios del yo donde hay una sobreimpresión de lo privado en lo público.

Ésta nueva tecnología creó un nuevo medio que penetró nuestra vida cotidiana produciendo cambios no sólo en la forma de comunicarnos sino también como sujetos, provocando una diferencia entre la realidad y la realidad virtual anulando las distancias, los límites, los espacios privados, los espacios públicos y la noción de cuerpo.

Como parámetro de las formas de cambio en las estrategias y conductas individuales hablamos de consumo y consumismo llegando a la conclusión que ambas son renegociaciones del significado del tiempo y del espacio que hacemos como usuarios.

Sostendremos que ésta nueva tecnología creó al usuario produciendo nuevos significados y transformaciones en la percepción del espacio y la movilidad del usuario transformando a la comunicación en comunicación total, convergente e interactiva prendiendo en la realidad social y el usuario tiene un papel protagonista en ésta comunicación tecnificada.

Para concluir si bien propusimos como hipótesis de este trabajo exploratorio que : la evolución del teléfono celular como nuevo medio crea nuevos espacios de comunicación donde la interacción juega un rol principal para los cambios que se producen en los usuarios, tomando a la interacción como dimensión de la comunicación y al usuario como cuerpo que se ve redefinido por éste nuevo medio, finalmente podemos decir que: *“el medio no hace la interacción, pero sí sugiere rutas para la acción, por lo que los entornos virtuales se convierten en nuevos espacios para el intercambio humano, para el moldeamiento mutuo entre las reglas que se imponen.”*³²

³² Giddens Anthony, La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración, Amorrortu, 1986.

Bibliografía

1. Arfuch Leonor, “El espacio biográfico: dilemas de la subjetividad contemporánea”, FCE, B. A., 2002.
2. Bateson y Ruesch, Comunicación. La matriz social de la a psiquiatría, Páidos, Bs.As. , 1984.
3. Bettetini, Gianfranco, “La comunicación audiovisual”, Cátedra, Madrid, 1991.
4. Birdwhistell Ray. L., “El lenguaje de la expresión corporal”, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1979.
5. Bourdieu, Pierre, “El sentido práctico”, Taurus Humanidades, Madrid, 1991.
6. Casacubeta David, “La máquina creativa”, La cultura del software, cap.3y4.
7. De Rosneg J., “Nacimiento del cibionte. Los nuevos orígenes de la vida”, cap.2y3, El hombre simbiótico. Miradas sobre el tercer milenio, Madrid, 1996.
8. Emile Durkheim, “Las reglas del método sociológico”, Editorial Gorla, 2003.
9. Giddens Anthony, La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración, Amorrortu, 1986.
10. Goffman Erving, “El ritual de la interacción”, ETC., Editorial Tiempo Contemporáneo S. R. L., 1970.
11. Goffman Erving, “Relaciones en público”, Editorial Alianza, S.A., Madrid, 1979.
12. Goffman Erving, “La presentación de la persona en la vida cotidiana”, Amorrortu editores, Buenos Aires-Madrid, 2004.
13. Hall Edward T., “La dimensión oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio”, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid, 1973.
14. Herrero Mitjans, Saturnino, “La comunicación incomunicada”, Temas Grupo Editorial, 2005.
15. Howard Rheingold, “Multitudes inteligentes”, La próxima revolución social, Ed.Gedisa 2005.

16. Johnson Steven, “Escuchando el feedback”, “Los lectores de la mente”, Cap.4 y 6 de Sistemas emergentes, “La vida de las hormigas, los cerebros, las ciudades y el software”, México, FCE, 2004.
17. Knapp Marx, “La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno”, Ed. Paidós, Barcelona, 1982.
18. Lucien Sfez, La comunicación, Amorrortu editores, Buenos Aires-Madrid, 2007.
19. Marshall McLuhan, “Comprender los medios de comunicación”, Las extensiones del ser humano, Ediciones Paidós Ibérica S.A., Bs.As. , 1996.
20. Merleau-Ponty, Maurice, “Fenomenología de la percepción”, FCE, 1957.
21. Román Gubern, “El simio informatizado”, EUDEBA, Bs. As. , 1991.
22. Román Gubern, “Del bisonte a la realidad virtual”, La escena y el laberinto, Editorial Anagrama, Barcelona, 1996.
23. Román Gubern, “El eros electrónico”, Editorial Alfaguara, Madrid, 2000.
24. Scolari Carlos, “Hacer clic”, Hacia una socio semiótica de las interacciones digitales, Ed.Gedisa, 2004.
25. Subirats Eduardo, “La metamorfosis de la cultura moderna”, Editorial Anthropos, Barcelona, 1991.
26. Sustain Carl, “Fragmentación y cibercascadas”.
27. Varela, Francisco, “Cognitive Science.A.Cartografy of Current Ideas”, Editorial Gedisa, 1988.
28. Zygmunt, Bauman, “Amor líquido”, Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos, Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A., 2005.
29. Zygmunt, Bauman, “Vida de consumo”, Fondo de Cultura Económica, 2007.

ANEXO

Entrevista a Diego Levis (D. L)

G. A: .A través del uso del celular se creo un nuevo medio de comunicación escrita: el mensaje de texto. ¿Qué tipo de relaciones cree que construye este nuevo medio?

D. L: No sé si construye un nuevo tipo de relación, me parece que sirve para modificar problemas de comunicación habituales en lo que se refiere a encuentros, citas, mensajes de pedidos urgentes, me parece que tiene que ver mas con esto, no sé si un nuevo tipo de relación.

Si bien existen algunos espacios que sirven para crear relaciones tipo de las que se dan en Internet y otra por la propia asincronicidad del medio. Es decir para mí es incomodo escribir los mensajitos porque es limitada la cantidad de caracteres, además tengo que escribir otro y después mi receptor no sé cuando lo va a recibir.

No sé cuando es un tipo de comunicación que esta poco dada para crear nuevo tipo de relaciones o establecer una relación de intercambios fluidos, me parece que tiene más que ver con el mensaje vinculado a lo que era un telegrama, de algún modo con una diferencia importante que llega mas o menos en el momento y puedo quedar con alguien en encontrarme a las siete de la tarde y la respuesta es ok. y es menos invasivo que si llamo por teléfono que no sé si voy a molestar o no, y queda como una constancia, es más para modificar prácticas que para crear nuevas relaciones.

G. A: ¿Qué consecuencias, sí las hay, tienen los medios digitales en el comportamiento del individuo?

D. L: No la puedo responder, es muy pronto para saberlo. Hay una gran compulsión

por el uso de los medios en general y en particular con el uso del celular que tiene que ver con la novedad, como que todavía estoy sorprendido, más como un factor inconsciente. Tengo este aparato y estoy pendiente de quien me llamo quien no me llamó, tengo un articulito “Vivir en el celular”, cosa compulsiva, quien me llama, quién mando mensajito, para que tenga que hablar dame diez minutos y entonces para que te encuentras y el celular tiene que ver con una implicancia en el uso pero yo no creo que eso implique... digamos... claro que hay un cambio básico, el móvil ha modificado la sensación de como encuentro a otra persona.

Hace muchos años, me llamó una amiga que vivía en Valencia en vez de decirle: ¿cómo estas?,le pregunté ¿ donde estás? Y antes era como estas cuando te llamaban o llamabas, ahora con el celular es ¿dónde estas?,buen esta cosa de estar en movimiento continuo y de sentir que en cualquier momento podemos ser ubicados y ubicar es importante, eso se nota mucho en los padres pendientes de sus hijos adolescentes, por favor!.

Valorarlo no lo sé es muy pronto para saberlo.

G. A: Se ha disociado del espacio físico la definición de “presencia?”

D. L: Presencia y también la percepción del tiempo creo que si esto mismo que te decía yo estoy y no me importa donde estoy sino en cualquier momento y en cualquier lugar, bueno y ahí aparece esta cuestión de la vigilancia, es decir, controlar no siempre es negativo en las sociedades como la nuestra se asume a control policial y represión pero control también es no cruce la calle con el semáforo rojo, también es pagar los impuestos, es decir las normas de convivencia social se basan en algún tipo de control.

Y el teléfono móvil tiene un elemento de “control”entre comillas, que es casi siempre policial pero por otro lado tiene la ventaja de que si tenés una mamá mayor por ejemplo y podes estar en cualquier lado te pueden llamar y avisar algo, es una ventaja.

Y los que tienen empleados que los llaman para que trabajen a las siete y vos le decís no yo entro a las ocho y te ubican a las doce cuando estas cenando con tu novia, eso es un tipo de control.

Para mi que vengo de una generación donde la libertad en el sentido más amplio del termino, a mi me genera cierto reparo, de hecho hace tres años que tengo computadora

y la podía haber tenido desde hace 10 o 12.

G. A: ¿Se podría decir que la tecnología entendida como actividad social se constituye mutuamente con la sociedad?

D. L: ¿Cómo se constituyen los usos sociales? No ningún medio tecnológico que se imponga con una articulación, por un lado la propuesta tecnológica, por otro lado digamos los usos sociales y culturales y por otro lado el mercado.

A publicidad de mercado, el mercado, la oferta, el teléfono móvil convertido en lo que es hoy es una sorpresa de mercado que nunca estaba previsto, es decir el primer teléfono celular era un armatoste era para 4 o 5 ejecutivos de alto nivel después hubo como una necesidad de estar siempre comunicados que sorprendió.

Es decir a principio de los 90 el teléfono móvil no estallo, de mediados de los 90 en las conferencias de telecomunicaciones era la autopista de la información, Internet como la antesala de la autopista de la información, banda ancha, fibra óptica, eran terminales, el teléfono existía pero o no era visto como que esto se va a convertir en un boom.

Digamos que hay un impulso hacia los aparatos más chicos y más multifuncionales en tanto hay una demanda social de uso, por ejemplo, el mensaje de texto, ¿ porque se usa tanto?, el mensajito primero porque es más barato y por el otro lado porque no necesito hablar es lo mismo estar en un lado que en otro y además recuerda que hay cobertura en casi todas partes, antes en el subte no había cobertura, en ciertos lugares tampoco, por otro lado esta misma cuestión como que todo el mundo tiene teléfono en cualquier situación. En el comienzo era claro que muy poca gente agarra el teléfono de otro mientras tomaba café era como una falta de respeto importante.

El teléfono de pronto responde mas a las necesidades o al imaginario que es un tema importante a investigar yo mucho no he leído pero el teléfono no es un tema importante para la academia pero es verdad todos escribimos sobre Internet, pero el teléfono..., yo me pelee con Scolari una vez que me invito para darle una charla a sus alumnos, porque yo a sus alumnos les dije hace 6 años, cual es el medio tecnológico del final del siglo XXI y todos dijeron Internet, en cuanto a tiempo, en cuanto a horas etc.; ¿ Y cuantos tienen teléfono móvil?, y entonces ¿cual es el dispositivo tecnológico que marca el final del siglo XXI?, esto era 2002, 2003, el celular y no solamente porque respondió a

determinadas necesidades, te parezcan bien o mal, lícitas, sin adjetivos.

Y por otro lado porque tuvo mayor extensión, muchas personas tienen Internet para las cosas que pueden hacer sin Internet y los usos interesantes de Internet no se usan porque tienen poco valor agregado. El televisor te da muchas más cosas. Otra cosa es buscar en YouTube eso si lo puedes hacer por Internet.

G. A: ¿Considera que los usuarios se apropian de las tecnologías y las modelan en función de sus prácticas?

D. L: Hay una articulación entre estos tres factores, por ejemplo el programa flash de animación que originalmente se creó para hacer la animación chiquita de los banners de páginas web entonces algunos usuarios lo usaron para hacer animación, pelucitas de animación, entonces que pasa hay una devolución de esto, creamos herramientas más dúctiles y poderosas para hacer este tipo de animaciones. Hoy se puede hacer en flash no o con una superficialidad un largometraje de animación en función de que esos usos fueron derivando en usos que necesitaban más herramientas más posibilidades y fue cambiando.

Hay muchos casos de fracasos tecnológicos que terminan en otra cosa. Cuando se creó Internet nadie se iba a imaginar que se iba a usar como una red para uso de intercambios sexuales, pornografía infantil, espacio para explicar cómo se hace una bomba o espacio para que gente publique creaciones artísticas como se hace hoy eso se ha modelado con el uso.

Por eso digo que es de ida y vuelta, las compañías ante eso una innovación tecnológica con más o menos éxito, y a partir de los usos se genera una sinergia con las compañías que van adaptando eso a las demandas.

Yo saco cámara de fotos en los celulares, la cámara de fotos para lo que fue creada no funciona, ahora ¿por qué la gente compra celulares con cámara de foto?, porque sirve como cámara de foto no para después mandar mensajitos con o fotos porque lo pueden hacer con 3 o 4 personas y es una boludez. Porque a las compañías les interesaba eso porque enviar la foto genera valor añadido pero esto no funcionó bien para las compañías de teléfono pero sí para las compañías que hacen el dispositivo. porque por

700 pesos tenés un teléfono que tiene cámara de fotos que saca fotitos que lo conectas a la PC, al chip no se que y ya está el uso derivado en algo diferente que era un uso que no tenía claro que podía derivar en eso, del mismo modo que el MP3 que uno si que otro no, pero después todos están fomentando tenga un teléfono con toda su música, música pirateada, pero es toda una pelea constante incluso de compañías que hacen divisiones diferentes de la misma, por ejemplo Sony que hace por un lado celulares con MP3 de carga ilimitada que puedes poner toda tu música y por el otro lado el Sony de la discográfica que pelea contra la piratería. Pero ellos saben que nadie va a tener... es fácil puedes hacer un calculo puedes tener 1000 a 2 dólares cada una quien va gastar 200000 dólares en música es una cuestión de sentido común, no hagas máquinas así. Hay un continuo ir y venir.

El minidisc fue un fracaso pero como no tuvo éxito comercial fracaso. el éxito se incrementa en función de la demanda.

G. A: ¿Habría una ausencia del vínculo interpersonal en las comunidades mediatizadas?

D. L: No. Yo creo que hay gente que tiene problemas para vincularse y se vincula solo a través de eso, también hay gente por ejemplo, adolescente que tienen 400,500 contactos en MSN y la mayor parte de esos contactos es de gente que conocen y siguen manteniendo una vida social como casi todos muy activa.

Y en los adultos tiene que ver con las dificultades que existen para conocer personas fuera del ámbito cotidiano por diferentes motivos, creo que sí que hay personas que les sirve de refugio sin duda, pero no me parece esa sensación, no soy psicólogo.

G. A: Según Zygmunt Bauman, “estar conectado” es más económico que “estar relacionado”, pero también bastante menos provechoso en la construcción de vínculos y su conservación. ¿Cuál es su opinión?

D. L: Todo lo que dice Bauman, todo, me parece de una superficialidad pasmosa.

Cuando escribí mi libro “Amores en red”, me hacían preguntas sobre el tema de “Amor

líquido” y después por suerte una periodista me hizo una entrevista para Página 12 que era una interesante reflexión que me gustaría tener porque nunca se publicó.

Me parece que ni siquiera esta mezclando papas con duraznos, está mezclando salchichas con duraznos, es decir, está hablando de cosas de naturaleza absolutamente diferente.

“estar conectado” no es “estar relacionado”, es decir estar conectado no es estar comunicado, hay una conexión y en eso concuerdo. Ahora si considerar que quien esta conectado no esta relacionado que es lo que se deriva de esto es grave. Es grave por lo que denota, mira cuando uno tiene una relación comercial, es decir una relación con un cliente, yo tuve muchos años empresa, yo puedo no conocer al cliente, haber hablado con él por teléfono dos o tres veces, conocer lo que compra, él conoce lo que hace mi empresa, alguna vez lo pude haber visto en una cena, pero estar conectado por fax, por e-mail y yo tengo una relación con ese cliente, de otra naturaleza. Si estar conectado no es estar relacionado, yo puedo estar conectado en Internet y no estar relacionado, pero puedo estar conectado a Internet y tener 300 contactos en el MSN y yo te aseguro que esos contactos están completamente relacionados saben que hacen que no hacen, que dejan de hacer, incluso en el caso de que esas personas sean mascararas o sea personas que en ese ámbito cumpla un rol determinado lo que no quiere decir que tenga una relación amorosa, afectiva, es diferente.

La segunda parte decía algo de provechosa, no y la cantidad de gente que en el pasado tenía relaciones epistolares. En mi libro “AMORES EN RED” cuento una historia que no es de la red, de una miga mía madrileña que me contó una historia que sostuvo con una persona 27 años menor que ella, ella tenía 50.

Una vez escuchando la radio le gusto lo que dijo el locutor, y llamo a la radio y pidió hablar con esa persona, hablaron sin conocerse viviendo en la misma ciudad, se mandaban cartas, el acuerdo era no conocerse. Una vez para Navidad acordaron hacerse un regalo en el bar tal con el compromiso de no hacer trampas, dejaron los regalos y en tal horario pasaban a buscarlos. Así estuvieron 3 años, después tuvieron una relación, pero ella al saber su edad le pidió a él que si dejaba de vivir con sus padres podrían estar juntos, porque era muy fuerte esto, le llevaba 25 años de diferencia.

Que quiero decir con esto es muy fácil hacer una afirmación, en francés hay una frase

que dice “de pathe” que quiere decir sorprender, en el sentido de sorprender pero al mismo tiempo inmovilizar, guau ¡qué brillante!, como fascina, que bien construido, cierra en sí mismo, bárbaro. Cierra a partir de la falacia de estar mezclando duraznos con salchichas, estamos hablando de cosas diferentes una cosa es relacionarse y otra conectarse, por un lado, es como concebir que la única relación posible es la de cara a cara.

Era como te contaba antes, yo veo a Serrat y no lo conozco, pero tiene que ver con mi vida con mi historia, yo tengo una comunicación con él y una relación con él que él no tiene conmigo como otras tantas situaciones.

Y con personas uno puede tener una relación con alguien que no conoce y no tener una relación hiper cercana, gente que se manda mails amorosos.

Decir económico y provechosos es tener una visión mercantilista de la vida, que está muy marcada, mi hijo estudia física y yo le digo fíjate lo que te puede ser útil, pero él lo asocia útil a mercantil y yo le digo: útil para vos para la vida pero hay como una idea de la utilidad de las cosas y se asimila siempre la utilidad con provechoso, es decir podría haber puesto útil para crecer como persona, provechoso es para sacar provecho y en las relaciones no habría que ser provechoso, tendría que ser para crecer, para enriquecer, enriquecedor es más lindo.

Enriquecer no se lo asocia con ser rico, provechoso es a ver que aprovecho de esto, no me gusta.

G. A: ¿Qué sabemos y que hacemos con las tecnologías? ¿Qué vínculos establecemos con ellas?

D. L: Cada persona hace aquello que le puede ser útil, que le sirve, que le resulte algo en lo cual le facilita la vida y que esos usos sobre todo en el celular se hacen sin que nadie los explique. Y por eso la gente dice el ringtone, es una estupidez, ha sido un negocio de millones y millones de dólares, bajarse una canción es como una locura y porque hizo eso la gente. Por un lado para personalizar, por otro lado para algo que les guste.

El teléfono móvil tiene la particularidad de ser personal y los objetos personales son de uno como que tiene esto que es mío, un aparatito que tiene un ruido tecnológico

horrible suene a tu gusto y eso es atractivo y bueno y la gente habla por teléfono y manda mensajitos.

Y los jóvenes usan mas mensajitos porque se encuentran mas en la calle, cosa más improvisadas, yo la verdad no mando nunca y cuando me los mandan no se porque me los mandan.

Sabemos usar las tecnologías pero del celular no necesitamos saber nada, el celular no es como la computadora, es mas una terminal de comunicación, de recepción y de emisión pero no hace falta saber mucho.

G. A: Teniendo en cuenta que las tecnologías se integran en la vida de millones de usuarios no técnicos ¿Se podría decir que las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación)son TVIC (Tecnologías para la vida cotidiana)?

D. L: Son tecnologías que están en la vida cotidiana. Lo que pasa que la definición de las TIC es ambigua en realidad TIC incorpora cosas que no tiene nada que ver con la información en el sentido cultural del termino ni con la comunicación en el sentido cultural del termino.

Si el regulador de temperatura tiene un chip electrónico¿ es TIC o no es TIC?;es TIC, entonces donde esta la información y la comunicación, todo tiene que ver con una confusión, no una confusión a partir de la teoría matemática de la información que ha contaminado el ámbito poco científico de la comunicación social, es decir como que no comprendemos que estamos hablando de cosas diferentes y que lo que es valido para la medición de la capacidad de la comunicación y la información tiene un sistema electrónico no sirve de nada para cuando hablamos de procesos socio-comunicativos o sirve de muy poco y eso genera muchos malos entendidos.

En Mc Luhan, el medio es el mensaje, no, que el medio condiciona el mensaje, sí. Si yo repito eso niego el valor de lo que pongo y lo que pongo dentro es lo que determina los usos, la comprensión, la construcción de significado, es como muy extraño esta incapacidad virtual de ver eso. El mismo Mc Luhan en su libro dice la televisión no sería nada si no tuviera programas entonces en que quedamos. Si la TV su significado a través de su contenido entonces el medio no es el mensaje.

Hay una metáfora interesante, si yo a vos te mando un mensaje, un e-mail, o quedo con

vos en encontrarnos en un bar, cambia el mensaje, hay un mensaje muy implícito, digamos oculto, en educación oculto es diferente, que atención le estoy dando cual no le estoy dando al mensaje, pero no tiene que ver con el mensaje en la significación del contenido.

A mí me parece interesante el medio fundiéndose con el ser, esa cosa protésica y creo que en el celular aparece por ahí.

