

● M^a Carmen García y Jordi Monferrer
Madrid (España)

DOI:10.3916/c33-2009-02-008

Propuesta de análisis teórico sobre el uso del teléfono móvil en adolescentes

A Theoretical Analysis Proposal on Mobile Phone Use by Adolescents

RESUMEN

El presente estudio analiza los diferentes usos de la telefonía móvil por parte de los adolescentes, tomando como punto de partida diferentes conceptualizaciones teóricas para una aproximación a las dimensiones instrumentales y simbólicas de esta nueva forma de comunicación, así como las funciones (lúdico-expresiva, referencial y comunicativa) que de ellas se derivan. Las aportaciones teóricas que aquí se exponen fundamentan una investigación más amplia sobre los usos que los menores realizan de la telefonía móvil, la influencia que las nuevas tecnologías tienen en sus relaciones sociales y las responsabilidades de los agentes sociales implicados en el proceso, fundamentalmente, las familias como educadores digitales y las propias operadoras de telefonía. El trabajo pretende ser, además, punto de partida para posteriores estudios empíricos centrados en los hábitos y nuevas formas de relación de los menores con la telefonía móvil, y los posibles riesgos asociados a un uso indebido de estas nuevas tecnologías.

ABSTRACT

The current study analyzes the different ways in which teenagers use their mobile phones, and, based on several theoretical conceptualizations, it provides an approach to the instrumental and symbolic dimensions of this form of communication, as well as the functions— ludic-expressive, referential and communicative—derived from it. The theoretical contributions put forward here lay the ground for further investigations on how minors use mobile telephony, the influences of new technologies on social relations and the responsibilities of the social agents involved, mainly families and mobile phone operators themselves. This work also intends to be a starting point for future empirical studies on the habits and new ways in which young people interact with mobile telephony, and the risks associated with improper uses of this new technology.

PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Teléfono móvil, usos, adolescentes, funciones, comunicación, relaciones sociales, responsabilidad social.

Mobile phone, uses, young people, teenagers, functions, communication, social relations, social responsibility.

◆ Dra. M^a Carmen García Galera es profesora del Departamento Comunicación II de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España) (carmen.garcia@urjc.es).

◆ Dr. Jordi M. Monferrer es profesor de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) (jordimanel.monferrer@udima.es).

1. Introducción. La cotidianidad de la telefonía móvil

En el momento en que apareció el teléfono móvil en el mercado español, pocos pudieron imaginar que esta nueva forma de comunicación tendría un impacto tan importante en nuestras relaciones sociales. Probablemente tampoco sospecharon que los adolescentes, e incluso los niños, llegaran a utilizar intensamente esta nueva tecnología y que la incluyeran como parte fundamental de su vida cotidiana. Si observamos a nuestro alrededor, tampoco los adultos acabamos de entender cómo, hasta hace relativamente poco tiempo, nuestras vidas transcurrían sin un teléfono móvil en el bolsillo.

Esta nueva plataforma de comunicación e información –y las nuevas formas de «ocio de pantalla» que incorpora– ha venido desarrollándose en nuestra sociedad a una velocidad sin precedentes. Ha traído consigo una serie de cambios y consecuencias de carácter multidimensional, que están siendo objeto de atención de los investigadores, especialmente por el impacto que han tenido algunas de sus manifestaciones en la opinión pública. Comportamientos adictivos a esta nueva tecnología entre los más jóvenes, generación de facturas telefónicas astronómicas, o el uso de la cámara o vídeo para captar determinadas escenas, vienen poniendo de relieve cómo la destreza para su manejo entre los más jóvenes, supera ampliamente a las de sus progenitores. Obliga a reflexionar también acerca de los límites que enfrentan éstos en sus habilidades a la hora de realizar una correcta supervisión de los usos que hacen sus hijos de los teléfonos móviles.

En línea con lo anterior, las posibilidades que se han abierto para las compañías fabricantes y operadoras de estas tecnologías son inmensas, frente a un mercado juvenil que se encuentra suficientemente preparado ante los retos tecnológicos, y que además puede encontrar en el móvil una forma de dar respuesta inmediata a sus exigencias de comunicación, relaciones sociales, información o entretenimiento. Conviene no olvidar que nos encontramos frente a la «generación de lo inmediato» y que el móvil ha ayudado, en cierta manera, a consagrarla. Si necesitan llamar, quieren hacerlo ya; si necesitan ver imágenes de algún acontecimiento, ya sea deportivo, musical, o incluso el final de su serie favorita, desearían verlo ya. Esto nos introduce en problemáticas específicas que van más allá de los análisis tradicionales acerca del uso «comunicativo» del teléfono. La utilización de los teléfonos móviles por parte de jóvenes, adolescentes y niños no se reduce simplemente a la realización de llamadas o envío de mensajes. Aunque ésta haya venido siendo su principal función, la posibilidad de realizar fotografías y vídeo,

de conectarse a Internet o de ver televisión en esta «pequeña pantalla», están siendo ya una realidad, al igual que el poder bajarse determinados contenidos de Internet. Ante esta nueva situación, parece pertinente tratar de plantear nuevas aproximaciones de carácter teórico y analítico al fenómeno, que contemplen las dimensiones individuales y sociales implicadas en sus nuevos usos –especialmente por parte de niños y jóvenes– teniendo en cuenta que esta tecnología llega, cada vez más, a edades tempranas a este sector de la población, y ha experimentado en los últimos años su consolidación definitiva en nuestra sociedad.

Cabe mencionar también, en este sentido, los estímulos consumistas de diferente tipo relacionados con la telefonía móvil, que se transmiten desde los propios medios de comunicación. Variadas formas de publicidad que invitan a los más jóvenes a descargarse melodías, logos o contenidos musicales, o incluso imágenes y vídeos desde páginas de Internet cuyos contenidos podrían considerarse inapropiados para según qué franjas de edad. Por otro lado, también los medios y la propia red Internet, oferta a los jóvenes la posibilidad de convertirse en emisores o difusores de información, utilizando el móvil como principal herramienta de grabación de acontecimientos. Los móviles se han convertido también en cámaras-testigo que permiten a sus usuarios más jóvenes grabar y difundir escenas de todo tipo, incluso en ocasiones de carácter violento.

Las cadenas de televisión han visto también en los jóvenes un nicho de mercado muy activo en el uso de la telefonía móvil. Son muchos los programas juveniles que incluyen la posibilidad de participar a su audiencia juvenil, enviando comentarios o sugerencias a través de mensajes de telefonía móvil. Los medios tratan de transmitir, de esta manera, la sensación de participación activa, de control de la realidad y de implicación directa con el programa y con todo lo que allí acontece. Como audiencias consumidoras de tales productos mediáticos, niños y adolescentes acaban siendo en buena medida sus destinatarios finales. Y el precio de tal participación conlleva en ocasiones un gasto familiar que resulta difícil de asumir, ya que los menores no siempre son conscientes del verdadero gasto asociado al uso del teléfono móvil y su impacto real en las economías familiares. Si nos centramos en aquellos riesgos potenciales que entrañan las nuevas capacidades de la tecnología 3G (videollamadas, acceso a Internet de banda ancha, MMS y otras) podríamos agruparlos en las siguientes cuestiones «candentes»:

- Puede fomentar conductas de uso adictivas y/o compulsivas asociadas, además, a un elevado gasto económico como resultado de este uso exacerbado.

- Facilita la grabación y distribución de imágenes susceptibles de ser empleadas en el contexto del acoso escolar (bullying).
- Permite el acceso sin restricción a contenidos audiovisuales no adecuados para la infancia, tales como pornografía, actos vandálicos o violencia extrema.
- Posibilita nuevas vías telemáticas de acceso a los niños por parte de pederastas, facilitando incluso la ubicación exacta de potenciales víctimas mediante el rastreo vía GPS o SBL (sistemas basados en la localización).
- Convierte a niños y jóvenes en receptores de todo tipo de publicidad.
- Posibilita el acceso sin autorización a los datos del terminal, por ejemplo, mediante la intrusión de códigos maliciosos gracias a los cuales un impostor puede enviar mensajes fraudulentos, lo que a su vez podría dar lugar a responsabilidades jurídicas civiles y penales.

Estas situaciones potencian las plantean una serie de desafíos a operadoras, creadores del software y productores de contenidos multimedia que es necesario acometer en términos de desarrollo, mejora de los mecanismos técnicos de protección a la intimidad, autenticación eficaz, encriptado, provisión de un sistema estable y fiable de alerta acerca del consumo de los menores, o desarrollo de sistemas de filtrado de los contenidos por edades. Hacen conveniente insistir, además, en la necesidad de desarrollar programas educativos que frenen los potenciales riesgos asociados y usos disfuncionales de estas innovaciones tecnológicas.

En perspectiva comparada, las investigaciones realizadas en Gran Bretaña¹, con niños de edades comprendidas entre los siete y los once años (n=1.331) mostraron que uno de cada tres niños de este grupo de edad poseía un teléfono móvil, y que cinco de cada siete lo utilizaba para enviar mensajes SMS, lo que revela cómo incluso los niños preadolescentes se han convertido en avezados usuarios de esta tecnología (Muir, 2005). También según los datos del Eurobarómetro de mayo de 2006, el 70% de los jóvenes europeos entre 12 y 13 años y el 23% de los niños entre 8 y 9 años declaraba poseer un teléfono móvil. En algunos países en concreto, como es el caso de Noruega,

el 90% de los niños de 10 años tiene un móvil². Pero se trata de un fenómeno mundial ya que en Japón, por ejemplo, donde los teléfonos móviles con capacidad para la 3G cuentan con una mayor tradición que en el resto del mundo, el 95,2% de los estudiantes de secundaria es propietario de su propio móvil y aproximadamente uno de cada cinco lo utiliza para visitar sitios web de citas –con un incremento en el número de visitas durante el primer semestre de 2006 del 260%– o para descargar pornografía.

Hasta el momento se encuentra todavía poco desarrollado en nuestro país, el ámbito de estudio sociológico acerca del impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación entre los más jóvenes, y los efectos que su utilización está teniendo en sus vidas cotidianas. En concreto, son aún escasos los estudios centrados en el uso e impacto de la telefonía móvil en su desarrollo individual, social y cultural. Sin

El nuevo contexto social emergente, y el uso y desarrollo de estas nuevas tecnologías por los más jóvenes, implica nuevas potencialidades para su crecimiento, desarrollo, autonomía y formación personal, pero también la posible aparición de renovados riesgos asociados. Así pues, se abre paso la necesidad de seguir profundizando en el conocimiento y uso que esta franja de población realiza de la telefonía móvil, encaminando la tarea a prevenir sus posibles usos disfuncionales.

embargo, empiezan a surgir intereses investigadores de carácter multidisciplinar en este área, que tratan de reflexionar acerca de los problemas y retos que plantea su uso³. Las aportaciones teóricas que se presentan a continuación se inscriben dentro de este área de interés, y se fundamentan en la investigación empírica realizada en tal sentido para el Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid⁴. Tratan de contribuir al estudio de esta temática, desarrollando una propuesta de análisis teórico sobre las diferentes dimensiones objeto de estudio, implicadas en el uso de la telefonía móvil por parte de los adolescentes. Este marco teórico pretende ser así, punto de partida para posteriores estudios empíricos relacionados con los hábitos e influencias de la telefonía móvil, y con la necesaria contribución y concienciación de todos los agentes sociales implicados en el fenómeno.

2. La generación @ o la vida a través de la pantalla pequeña

Desde mediados de los años setenta del siglo pasado, asistimos en las sociedades industriales avanzadas a un proceso de cambio desde una sociedad industrial a la sociedad de la información y del conocimiento. En la base de este proceso se encuentra lo que algunos autores vienen denominando como la «Tercera Revolución Industrial»; cuyo motor de cambio revolucionario hay que situarlo en una profunda e intensa penetración y aplicación en todos los sectores productivos de las TIC. Se trata de un conjunto convergente de tecnologías relacionadas con la microelectrónica, computación, telecomunicaciones y optoelectrónica (Castells, 1996). El agrupamiento e interrelación de innovaciones asociadas a estos nuevos sistemas tecnológi-

En un mundo definido por la velocidad, la movilidad y la obsolescencia –donde el sentido, la importancia o el valor de las cosas pasa rápidamente–, la tecnología del móvil facilita al usuario inserto en estas redes la posibilidad de gestionar adecuadamente sus relaciones sociales y sus grupos de pertenencia, actualizar y buscar al instante la información que le permitirá estar, participar o incluso «ser parte de» –del grupo de pares, familiar, de jóvenes, político, o de la audiencia que decide y opina– en tiempo real.

cos ha estado dotado de una amplia adaptabilidad. Los entramados tecnológicos creados con ellas han permitido el crecimiento de nuevas industrias y servicios y, lo que es más importante, el surgimiento de nuevos productos orientados a un consumo de masas –con su particular tecnología distintiva–, que están dando lugar a la adopción de nuevos patrones de consumo, hábitos y estilos de vida. Ordenadores personales, cámaras, videocámaras, reproductores de sonido y vídeo digital, videoconsolas, GPS⁵, televisión digital terrestre, teléfonos móviles o la red Internet... forman parte de los nuevos productos y servicios de esta nueva fase de desarrollo tecnológico, en constante y acelerado progreso. Estos nuevos fetiches de nuestra sociedad de consumo se han venido integrando en nuestra vida cotidiana durante la última década, contribuyendo a modificar pautas culturales en las sociedades postmodernas.

El teléfono móvil resulta paradigmático a la hora de ilustrar el cambio acelerado que venimos comentando. Nacido tímidamente en Chicago en los años cincuenta, el desarrollo posterior de esta nueva modalidad de teléfono arranca en el mundo occidental aproximadamente hacia 1995, cuando el sistema europeo GSM⁶ toma el liderazgo sobre otros sistemas americanos y japoneses, y el mercado lo asume y divulga con una fuerza e ímpetu jamás imaginado. Los teléfonos móviles promueven básicamente comunicación rápida, sencilla y directa. Pero el desarrollo de esta tecnología ha obligado a la ingeniería de telecomunicación a dar respuesta rápida a las demandas de los consumidores, como en el caso de la mensajería de texto SMS⁷ de los últimos años, obligando a parametrizar nuevos esquemas de redes celulares, nuevos modelos de aparatos, servicios, aplicaciones y esquemas tarifarios.

A trece años de su implantación, la difusión del teléfono móvil en España abarca prácticamente a toda la población: en febrero de 2008 existían en nuestro país 46 millones de móviles. El número de líneas de telefonía móvil dadas de alta rebasa ya el número de habitantes en España: hay 109 líneas por cada 100 habitantes. La posesión de un móvil empieza a ser lo que algunos expertos definen como un fenómeno de masas (killer application). Su

adopción se ha producido de forma mucho más rápida a lo que supuso la entrada del televisor o del actual PC en los hogares. Su amplia difusión responde, fundamentalmente, a las posibilidades comunicativas que brinda –en tiempo real– con independencia del lugar en que nos encontremos. Pero existen también razones estructurales de tipo sociológico, que han venido contribuyendo a su rápido desarrollo como herramienta de comunicación «personal», y que se vinculan con ciertas necesidades relacionadas con los profundos cambios que está experimentando nuestra sociedad. Heurtin (1998) enuncia tres factores presentes en la creciente complejidad de la organización y formas de las interacciones familiares:

- La emergencia de familias monoparentales o recompuestas, particularmente demandantes de lazos telefónicos personalizados, en razón a su estructura «rota».

- La «democratización interna» de la familia que acentúa la autonomía de los individuos y favorece la difusión de una telefonía menos colectiva y más personal.
- El alargamiento relativo de la duración de la cohabitación de los hijos en el hogar paterno, que genera la demanda de dispositivos de comunicación individuales que permitan alcanzar una cierta autonomía respecto a los padres.

Se apuntan también otros fenómenos adicionales que han contribuido al crecimiento de la demanda de telefonía móvil entre jóvenes, como puede ser el desarrollo de la cohabitación entre estudiantes y jóvenes graduados que entran al mercado de trabajo, o entre inmigrantes que eligen compartir vivienda y demás gastos relacionados con ella. En este caso, las comunicaciones individuales son claramente más frecuentes que las llamadas colectivas —es decir, destinadas al conjunto de los cohabitantes— y el móvil tiende a sustituir a la telefonía fija. Citemos también en este contexto el número cada vez más elevado de adolescentes y jóvenes que pasan sus vacaciones con miembros de su grupo de pares, en cursos en el extranjero o con uno de sus dos progenitores. Los teléfonos móviles representan en estos casos el canal de «conexión» entre el joven y el resto de la familia.

Niños y adolescentes son fieles usuarios de los productos estrella en el ámbito de las nuevas tecnologías en mayor medida que los adultos (Feixa, González, Martínez & Porzio, 2002). En los últimos años, el uso de Internet y de telefonía móvil ha experimentado entre ellos un crecimiento sin precedentes. Los jóvenes han sido los usuarios más activos (Valor & Sieber, 2004). Por esta razón se les define dentro del sector como usuarios intensivos (heavy users): no sólo tienen móvil sino que lo utilizan constantemente.

La mayor parte de los investigadores sociales vincula el amplio desarrollo del teléfono móvil entre los más jóvenes basándose en los conceptos sociológicos de grupo y de relaciones primarias, que provocan entre adolescentes dos urgentes necesidades, de identidad y de comunicación. De identidad, porque necesitan definir y sentir quiénes son: jóvenes entre jóvenes, en un espacio propio intransferible, privado y separado de los padres. La necesidad de comunicación va encaminada a construir su entramado social de valores, normas y comportamientos, en definitiva, su (sub)cultura. Los adolescentes necesitan construir su identidad con una mirada endogámica, relacionándose, comunicándose y cerrándose en su micro-mundo juvenil y este hecho, por otro lado, representa una oportunidad de mercado en nuestra sociedad de consumo (Battle, 2007).

Por otra parte, también hay que atender al hecho de que la actual generación de niños y adolescentes es la primera que ha sido educada en la sociedad digital: es la denominada «Generación red» (Tapscott, 1998). Se trata de la primera generación que llegará a la mayoría de edad en la era digital. Los actuales niños y adolescentes están siendo preparados para usar todas las potencialidades de las nuevas tecnologías. Son los mejor preparados para adaptarse a los cambios, para afrontar el futuro sin los prejuicios y aversión tecnológica de sus progenitores. Representan el grupo de edad con mayor acceso a ordenadores e Internet, y la mayor parte de sus integrantes viven rodeados de bites, chats, e-mails, webs y blogs. Desde que tienen uso de razón han estado rodeados de instrumentos electrónicos —desde tamagochis y videojuegos a relojes digitales— que han contribuido a configurar su visión de la vida y del mundo que les rodea. Su definición como «Generación @» también pretende recoger estas tendencias de cambio que les afectan y que tienen que ver, fundamentalmente, con sus habilidades, disposición y acceso casi universal a las nuevas tecnologías de la información y comunicación (Opaschowski, 1999). El nuevo modelo de adolescencia actual habría determinado la emergencia de mundos virtuales como las comunidades de internautas o la configuración de redes de adolescentes a escala planetaria. Esta situación estaría propiciando un modelo de inserción virtual de los adolescentes en sociedad. El paso de un modelo basado en la cultura visual, a otro basado en la cultura multimedia, promovido por el uso de Internet, cuyas consecuencias sobre la vida adulta aún están por determinar.

3. Propuesta para el estudio de las dimensiones y funciones del teléfono móvil en adolescentes

Hemos descrito hasta aquí el nuevo contexto social y tecnológico en donde se insertan las vivencias de los adolescentes españoles en la actualidad. En este apartado nos ocupamos de describir cómo podemos analizar, de forma típico-ideal, los usos del teléfono móvil en esta franja de edad.

La adolescencia es aquel período del ciclo vital, en el cual el niño aprende un conocimiento funcional del modo de actuar como actor social independiente. Esto se traduce, tanto en la adquisición de varios tipos de conocimientos teórico-prácticos y técnicos, como en la exigencia a que empiece a desarrollar el rol correspondiente para ser considerado un adulto. Los conocimientos específicos que acompañan esta socialización temprana inculcada desde la familia y la escuela deben incluir básicamente:

- La formación en el respeto a los derechos y libertades, y en el ejercicio de la tolerancia dentro de los principios democráticos de convivencia.

- El respeto a la pluralidad.
- El aprecio a los valores básicos que rigen la vida.
- La adquisición de habilidades que le permitan desenvolverse con autonomía en los ámbitos familiar y doméstico, en el grupo de pares, y en grupos sociales más amplios.

- El desarrollo del sentido crítico.
- El comportamiento con espíritu de cooperación, responsabilidad moral y solidaridad, respetando la no discriminación entre las personas.

- La valoración de diferentes hábitos sociales.
- La comprensión de la economía, y de la economía familiar y personal en particular.

- El desarrollo de estrategias para la negociación con individuos y grupos.

- El conocimiento de cómo interactuar y usar las TIC.

Es durante la adolescencia cuando el niño empieza a ensayar su autonomía a través de sus amistades, tratando de construir su propia vida emancipándose gradualmente de sus padres. Por esa razón en el adolescente los amigos adquieren un protagonismo central, trascendiendo a cualquier otro tipo de relación en

importancia. Hay una insistencia muy fuerte en el grupo de iguales como grupo de referencia, y el papel de los padres es reemplazado progresivamente por la orientación hacia el grupo de iguales.

Por otra parte, un móvil puede ser –y de hecho lo es en algunos modelos comerciales– una agenda electrónica, un reloj, un despertador, un calendario, una calculadora, un conversor de unidades, un reproductor de música, vídeos y televisión, una consola de juegos, una cámara o videocámara digital, una agenda electrónica, un álbum de música, fotos, vídeos y mensajes, un contestador automático, un pequeño ordenador, un GPS o localizador, y un terminal de navegación por Internet, además de un teléfono. Sus múltiples utilidades actuales son un dato previo a tener en cuenta, si queremos realizar un correcto análisis acerca de las consecuencias en los adolescentes de sus potenciales usos.

Desde esta premisa vamos a entenderlo en su dimensión instrumental, como un instrumento multiuso de comunicación, expresión, ocio e información, dotado de un elevado componente de autonomía. Como «instrumento a la carta» que cada cual utiliza y configura en función de sus intereses, objetivos y necesidades puntuales, permite estar localizado, hablar, jugar y recrearse en sus funciones cuando se quiera, con quien

se quiera y donde se quiera, siempre que se disponga –en función del uso–, de batería, cobertura o saldo. Sus numerosas funciones no deben hacernos perder de vista, sin embargo, que se trata originalmente y de forma primaria de un dispositivo de comunicación. De manera que dentro de su dimensión instrumental se hace preciso diferenciar entre su función comunicativa básica, y su función lúdico-expresiva. La primera hace referencia a su carácter bidireccional e interactivo de comunicación a través de la voz, mensajes o tonos, de informaciones, sentimientos o decisiones. La segunda se relaciona con sus otras utilidades, relacionadas con usos recreativos vinculados al ocio, el juego y expresiones creativas (fotos, vídeos, pero también mensajes), como acciones intencionales del individuo a través de las que trata de dar respuesta a necesidades lúdicas, artísticas, o de singularidad y originalidad.

Ahora bien, vamos a partir de la hipótesis que el uso y la elección del telé-

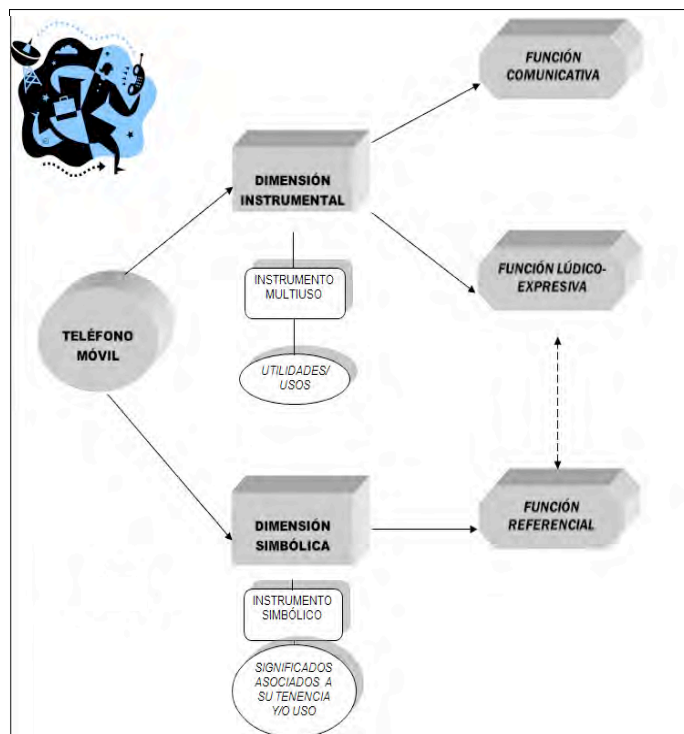


Gráfico 1. Dimensiones y funciones del teléfono móvil.

fono móvil por parte de los jóvenes no es puramente funcional ni racional ligado a la relación calidad/precio del aparato, sino que está relacionada con una dimensión simbólica que tiene que ver con su apariencia, sus prestaciones, su marca y su coste. Al igual que la ropa, el corte de pelo, tatuajes, piercings u otras modalidades de expresión corporal y objetos de consumo, es probable que cada tipo de móvil esté siendo asociado a una serie de significados, códigos y valores, que contribuyen a conferir simbólicamente a su propietario una imagen concreta valorada dentro de su subcultura. Parece plausible que, como otras mercancías dirigidas a un consumo ostentoso, el móvil sea un instrumento simbólico, que refiere y transmite significados acerca de las características personales y posicionamientos sociales del individuo, de su grupo de referencia, y sobre las ideas que éste se hace de sí mismo y de los demás. De ahí que hayamos creído conveniente asociar con esta dimensión simbólica una función referencial (gráfico 1).

Profundizando en el examen de su función comunicativa básica –como canal de comunicación– vamos a diferenciar en el análisis tres capacidades inherentes (gráfico 2). En primer lugar, el teléfono móvil permite potencialmente al individuo su permanente inserción en redes sociales de diferente tipo, tales como redes de socialidad (amig@s, compañer@s, familiares), redes informativas y de protesta sobre acciones colectivas, y redes de telespectadores y radioyentes. En el contexto de la sociedad de la información, los teléfonos móviles representan la constante posibilidad de estar informado, conectado y «enganchado» a estas redes, sabiendo al instante y de manera constante qué está pasando y dónde, y cómo se puede participar. En un mundo definido por la velocidad, la movilidad y la obsolescencia –donde el sentido, la importancia o el valor de las cosas pasa rápidamente–, la tecnología del móvil facilita al usuario inserto en estas redes la posibilidad de gestionar adecuadamente sus relaciones sociales y sus grupos de pertenencia,

actualizar y buscar al instante la información que le permitirá estar, participar o incluso «ser parte de» (del grupo de pares, familiar, de jóvenes, político, o de la audiencia que decide y opina) en tiempo real.

Otra de las capacidades potenciales de su función comunicativa es la localización espacial del adolescente, tanto desde la perspectiva del control paterno, como desde la propia iniciativa y deseo del menor de explicitar –en función de sus intereses y necesidades– su autoubicación a sus progenitores. Se puede apuntar también, toda una serie de otros usos y funciones comunicativas potenciales, que tienen que ver con necesidades y demandas puntuales de servicios de carácter general (tele-taxi, policía, ambulancia, urgencia) o de carácter específico (líneas eróticas, consulta de horóscopos, chats telefónicos y otros).

Las nuevas tecnologías ofrecen toda una serie de usos potenciales que se insertan indisolublemente en

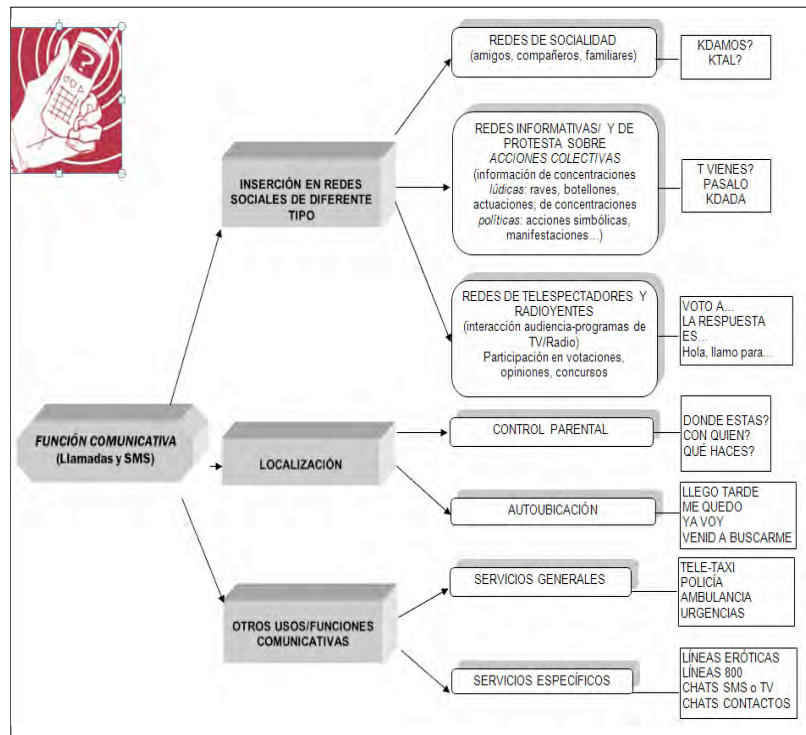


Gráfico 2. Función comunicativa del teléfono móvil.

la premisa del mercado de que cuanto más y más nuevo, mejor: nuevos agregados, nuevas aplicaciones tecnológicas, nueva generación de móviles, nueva información. Se parte además, de una asimilación constante de «lo joven» o «la juventud» como un valor social en sí mismo, asociado a lo nuevo, lo moderno, lo desenfadado, lo divertido, lo actual y lo que va con los tiempos. Fruto de esta filosofía ha sido la permanente

introducción en los teléfonos móviles de toda una serie de aplicaciones dirigidas fundamentalmente a un ocio joven, y que vamos a diferenciar en el análisis bajo la etiqueta de función lúdico/expresiva (gráfico 3).

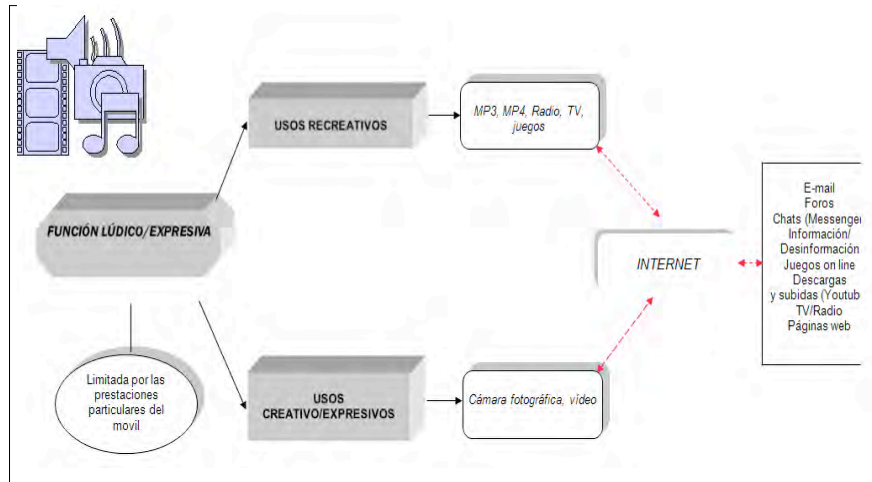


Gráfico 3. Función lúdico-expresiva del teléfono móvil.

Aquí se puede diferenciar entre el uso recreativo (pasivo) del móvil como juguete, sustituto de la consola de juego o videojuego, de los reproductores de música, de la radio o la televisión, de un uso (activo) inventivo, creativo y expresivo, relacionado con la manipulación de dispositivos (cámara fotográfica y videocámara digital, básicamente) que requieren cierta planificación del usuario encaminada a obtener como resultado un producto que exprese su creatividad y originalidad. Evidentemente, estos usos se encuentran limitados por las prestaciones particulares de los diferentes tipos de móviles. En la actualidad, los modelos más avanzados permiten el acceso a Internet, lo cual potencia y amplía las posibilidades, tanto de los usos recreativos (posibilidad de descargas de juegos, juegos on-line, música, chats...), como de los usos creativos (descargas desde páginas web de materiales y subidas de fotos y videos privados que quedan a disposición de los internautas). Por último, para examinar la función referencial –dentro de la dimensión simbólica–, se ha optado por diferenciar –a efectos analíticos– entre dos tipos de intencionalidad final que puede guiar la acción simbólica del individuo (gráfico 4).

Por un lado, su búsqueda de diferenciación y, por otro, su búsqueda de autoafirmación identitaria, si bien somos conscientes de que ambos tipos de conducta simbólica pueden solaparse en el individuo en diferentes grados. La búsqueda de diferenciación se reflejaría en la motivación por seleccionar un teléfono móvil singular, original, novedoso o de altas prestaciones y pre-

cio, tratando de diferenciarse con este tipo de consumo de productos similares «estándar», en aras de adquirir un estatus social o reconocimiento del grupo por la vía del consumo ostentoso. Vendría determinada por la capacidad y prioridad en el gasto del individuo.

Los adolescentes, particularmente preocupados por su apariencia, podrían estar siendo muy sensibles a la presión publicitaria del mercado y a los aspectos ligados a la posesión de un tipo de móvil determinado. La evidencia empírica ha venido mostrando su tendencia a «engan-

charse» a las marcas y de «parecer» más que «ser», con el fin de construirse socialmente y afirmarse en el seno de su grupo de pares. Para aquéllos con menor poder adquisitivo, la posibilidad de adquirir carcasas intercambiables, pictogramas, fundas y descargas de tonos e imágenes originales que ofrece el mercado, podría estar empujándolos a multiplicar sus gastos a cambio de ofrecerles el móvil «que nadie tiene». Desde esta óptica, el teléfono móvil se inscribiría más en el contexto de las «corrientes de la moda», que de su utilidad como herramienta de comunicación.

Mientras que la búsqueda de diferenciación discurre básicamente por la vía del consumo en el mercado, vamos a considerar que la búsqueda de autoafirmación identitaria puede seguir otros caminos. La necesidad de sobresalir y de «ser alguien» en el grupo, junto con la experimentación y posibilidades de los móviles actuales, podrían estar dando lugar a diferentes tipos de fenómenos y prácticas subculturales de autoafirmación individual, como la grabación de vídeos de acontecimientos, ceremonias y acciones espectaculares (conciertos de música, goles futbolísticos, salidas nocturnas...), pero también de bromas y actos ilícitos, agresiones y acciones insólitas, o fotografías degradantes para sus protagonistas, que han saltado a los medios de comunicación produciendo alarma social.

El impacto del ámbito tecnológico en las subculturas juveniles es una convicción que se encuentra firmemente asentada en los investigadores de la comunicación y en las percepciones colectivas. La influencia

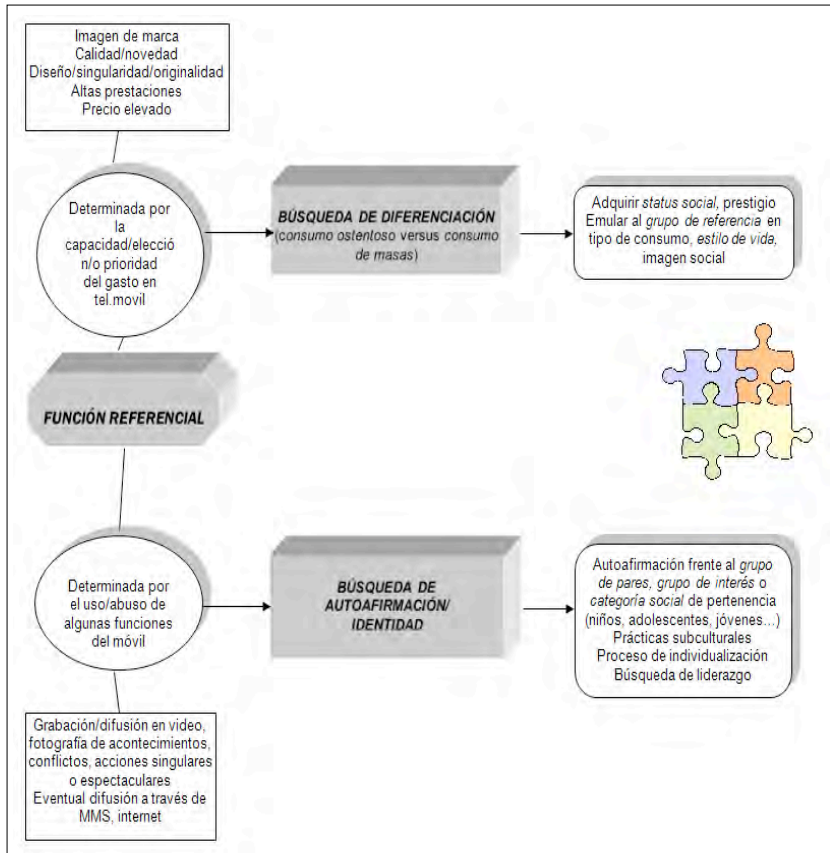


Gráfico 4. Función referencial del teléfono móvil.

de las nuevas formas de información y comunicación ha evolucionado –y está evolucionando– de forma acelerada. El potencial incremento funcional de algunos instrumentos y dispositivos electrónicos, podría estar propiciando en los adolescentes la adopción de determinadas pautas de conducta influidas por lo tecnológico. De ahí el creciente interés de diferentes agentes e instituciones sociales en profundizar en el estudio de las relaciones actuales entre adolescencia y TIC, así como en sus implicaciones para dinámicas emergentes de socialización en los nuevos órdenes comunicativos de la sociedad de la información. La mayoría de informes de mercado y especialistas aconsejan, en este sentido, complementar diagnósticos e inferencias basados en estadísticas, con estudios cualitativos más comprensivos y detallados que permitan llegar a establecer buenas prácticas.

El nuevo contexto social emergente descrito, y el uso y desarrollo de estas nuevas tecnologías por los más jóvenes implica nuevas potencialidades para su crecimiento, desarrollo, autonomía y formación personal, pero también la posible aparición de renovados riesgos asociados. Así pues, se abre paso la necesidad de seguir profundizando en el conocimiento y uso que

esta franja de población realiza de la telefonía móvil, encaminando la tarea a prevenir sus posibles usos disfuncionales.

Notas

¹ Unidad de Investigación del Ciberspacio (Cyberspace Research Unit) de la Universidad de Central Lancashire.

² (http://ec.europa.eu/information_society/activities/roaming/index_es.htm) (21-07-08).

³ El simposio sobre adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes, organizado en Madrid por la Fundación Gaudium (2008), es un buen ejemplo de lo que venimos apuntando (www.fundaciongaudium.es).

⁴ El estudio emplea técnicas cualitativas (grupos de discusión y entrevistas) y cuantitativas (encuesta) de investigación con el fin de conocer el fenómeno de la telefonía móvil desde el punto de vista de las operadoras, los padres y los menores. Los planteamientos que se aportan en este artículo forman parte del marco teórico en el que se fundamenta la investigación empírica. El trabajo de campo se desarrolla a lo largo de 2008 en la Comunidad de Madrid.

⁵ GPS (Global Positioning System): Sistema de posicionamiento desarrollado y mantenido por el gobierno de Estados Unidos. Se basa en la recepción de las señales transmitidas por un conjunto de satélites artificiales, a partir de la cual puede conocerse la posición del receptor y el tiempo, con gran precisión. Europa se encuentra desarrollando un sistema análogo que se denominará «Galileo».

⁶ GSM (Global System for Mobile Communications): sistema de telefonía móvil desarrollado en Europa, que comenzó a funcionar a principios de los años noventa. Su desarrollo ha sido espectacular, extendiéndose por todos los continentes. Actualmente es el sistema con mayor número de usuarios.

⁷ SMS (Short Message Service): Servicio ofrecido por GSM –o como «i-mode» en Japón, por otros sistemas de telefonía móvil– mediante el cual pueden enviarse mensajes cortos alfanuméricos (160 caracteres actualmente en GSM) entre terminales móviles.

Referencias

- BATTLE, R. (Coord.) (2007). *Adolescents i entorn: connexió i compromís. V Jornades d'Educació en Valors: construint la ciutadania des de l'educació*. Vic, 10/11/2007.
- CASTELLS, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- CASTELLS, M. (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- FEIXA, C. (2005). La habitación de los adolescentes. *Papeles del CEIC, 16*. Universidad del País Vasco: Centro de Estudios sobre la

Identidad Colectiva (www.identidadcolectiva.es/pdf/16.pdf).

FEIXA, C.; GONZÁLEZ, I.; MARTÍNEZ, R. & PORZIO, L. (2002). Identitats culturals i estils de vida, en GÓMEZ-GRANELL, C.; GARCÍA-MILA, M.; RIPOLL-MILLET, A. & PANCHÓN, C. (Eds.). *La infància i les famílies als inicis del segle XXI*. Barcelona: Institut d'Infància i Món Urbà, Observatori de la Infància, vol. III; 325-474.

(www.ciimu.org/uploads/20060922/volum_1_inf_02.pdf).

HEURTÍN, J. (1998). La téléphonie mobile, une communication itinérante ou individuelle? Premiers éléments d'une analyse des usages en France. *Réseaux*, 90; 37-50.

MUIR, D. (2005). *La violencia contra los niños en el ciberespacio*.

Contribución al estudio mundial de las Naciones Unidas sobre la violencia contra los niños. ECPAT International (www.ecpat.net/eng/publications/Cyberspace/PDF/ECPAT_Cyberspace_2005-SPA.pdf).

OPASCHOWSKI, H. (1999). *Generation @. Die Medienrevolution entläßt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter*. Hamburgo: British-American Tobacco GmbH.

TAPSCOTT, D. (1998). *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. Nueva York: McGraw-Hill.

VALOR, J. & SIEBER, S. (2004). *Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil*. Barcelona: Estudios del EBcenter (www.iese.edu/en/files/6_9073.pdf).