



Identidades juveniles móviles: la sociedad de la comunicación personal

Martin, María Victoria

Fecha de recepción:

29/05/08

Fecha de aceptación:

04/12/08

Universidad Nacional de La Plata - Universidad de Quilmes

mvmartin@perio.unlpa.edu.ar

Resumen

Este trabajo presenta una reflexión sobre la relación entre identidades juveniles y telefonía celular para, a partir de las nociones de ritualidad, socialidad y tecnicidad, dar cuenta del pasaje de una sociedad red a otra en la que predomina la comunicación personal.

La metodología del mismo abarcó la construcción de una perspectiva teórica apropiada, a partir de recorrer algunos ejes conceptuales que organizan el análisis empírico (a partir de autores como Marc Augé, Georg Simmel, Manuel Castells, Martín- Barbero, entre otros especialistas en telefonía móvil), así como su articulación con datos estadísticos nacionales acerca del fenómeno y, por último, un relevamiento exploratorio no probabilístico entre jóvenes mediante entrevistas informales.

Se cree que los jóvenes hallan en la comunicación móvil una forma ideal de expresión y reafirmación sobre la que se apoyan muchas de las dimensiones que caracterizan a las culturas juveniles urbanas.

Palabras clave:

comunicación,
cultura,
teléfono,
joven

Keywords:

*communication,
culture,
telephone,
youth*

Pensar las identidades móviles

Podemos señalar que la identidad se afirma y reconoce en los contextos de interacción y comunicación social con Otros, por la presencia de ciertos rasgos distintivos y procesos de auto-identificación, de toma de conciencia de las diferencias y afirmación de las mismas respecto de otros individuos y grupos. Este proceso se asocia a múltiples normas de comportamiento, códigos y roles sociales que distinguen tanto las relaciones en el interior del grupo como hacia fuera y constituye algo más que un marco clasificatorio, a través de reglas y dinámicas de inter-

cambio en la arena simbólica. Entonces, la problemática de la identidad puede ser abordada como diferencia y, al mismo tiempo, coincidencia consigo mismo: en tanto distinguibilidad se define como el lado subjetivo de la cultura, lo que permite una función distintiva, elemento cultural internalizado o como representaciones sociales, simultáneamente “estables y móviles, rígidas y elásticas”, de actores sociales individuales o colectivos, en contextos históricos y sociales singulares. En otras palabras, podemos distinguir formas interiorizadas (simbólicas, estructuras mentales) y formas objetivadas (símbolos bajo la forma de prácticas, rituales y objetos cotidianos, religiosos, artísticos, etc.) de la cultura. Es decir, la identidad personal es dialógica, fundamentalmente, por dos cuestiones: primero, porque en ella intervienen la auto y la heterocomprensión (complementándose y oponiéndose), y segundo, porque en ella se anudan unidad y pluralidad.¹

Entre los elementos, marcas, características o rasgos de distinguibilidad que definen la especificidad de cada individuo y grupo frente a los demás, Giménez (1997) destaca la pertenencia a una pluralidad de colectivos (categorías, redes y grandes colectividades); la presencia de un conjunto de atributos idiosincrásicos o relacionales y una narrativa autobiográfica que recoge la historia de vida y la trayectoria social de la persona considerada. En palabras de Martín Barbero (2002, p. 61) “es al tornarse expresiva de un sujeto individual o colectivo que la identidad depende de, y por lo tanto vive del, reconocimiento de los otros: la identidad se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí que individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás”.

En cuanto a las identidades colectivas, Giménez (1997) señala que se conforman por individuos vinculados entre sí por un común sentimiento de pertenencia, que comparten un núcleo de símbolos y representaciones sociales y, por ende, una orientación común a la acción: “la identidad no es más que la representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición (distintiva) en el espacio social, y de su relación con otros agentes (individuos o grupos) que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio” (p. 18). Esta pertenencia se actúa en el hecho de compartir valores y códigos en

común, tales como los “mensajitos de texto”, sonidos, modos o finalidades de uso y otros menos explícitos. En esta línea, consideramos que la comunicación a través de la telefonía móvil constituye una expresión central en el momento de analizar las interacciones e identificaciones que los jóvenes eligen y que dan cuenta del momento de época. Sin embargo, y al igual que con el resto de las tecnologías, el límite de su expansión y apropiación está configurado por las estructuras sociales y valores culturales ya existentes. Esto supone, desde la perspectiva de dinámica cultural, que puede tender a reforzar o fortalecer dichos sistemas, pero que también podría transformarlos.

De esta manera, la gran cantidad de mensajes y bienes que circulan se articulan y constituyen gran parte del sentido de pertenencia e identidad, reorganizados por fuera de las tradicionales fronteras económicas, institucionales, de clase, de espacio y de territorios geográficos de la Modernidad.

Para poner de manifiesto la magnitud de este fenómeno: según una consulta realizada en el año 2008 a la Unión Internacional de Comunicaciones, habría al menos mil millones de usuarios de teléfonos celulares en el mundo, cifra que crece vertiginosamente. Este aumento también se ve en el orden nacional: desde 6.380.897 equipos (en el año 2000) se trepó hasta 42.272.430 unidades en abril de 2008, con una teledensidad o cobertura de 106% sobre la población general.² Como referencia, podemos señalar que en la actualidad existen 8.927.400 líneas con servicio de telefonía fija en nuestro país. Este fenómeno demuestra también el crecimiento de la cantidad de aparatos en el último año (22,3% respecto de 2007), el aumento de llamadas realizadas a través de los mismos que superó las 2.913 millones (un 37% respecto del mismo período del año anterior); en el mes de marzo de 2008 se realizaron más de 1.735 millones de llamadas urbanas e interurbanas desde líneas fijas y se enviaron 3820,6 millones de SMS (lo que representa un aumento del 52% considerando el acumulado entre enero y marzo de 2008 con respecto a igual período de 2007).³

En relación con la tipología de los usuarios, cabe señalar que “articula, modela, plasma la identidad, al principio sumaria, de la tecnología en cuestión dirigida en una u otra dirección, así como su significado

en la vida cotidiana” (Fortunati y Magnanelli, 2002, p. 60). Parte de este mismo fenómeno de diferenciación se sostiene sobre las distintas trayectorias de consumo y decisiones y usos de la tecnología: “si adquirirla y si luego, una vez adquirida, usarla; si usarla sin adquirirla; si no adquirirla ni usarla” (Fortunati y Magnanelli, 2002, p. 60) o poseer más de un equipo.

Más allá de la inclinación a pertenecer al grupo de usuarios de celulares, existe una tendencia a personalizar su comportamiento dentro de este colectivo por medio de signos de individualismo. La telefonía móvil brinda una excelente posibilidad al constituir un cambio cualitativo respecto de otras tecnologías, ya que estos aparatitos son “personales, portátiles y se puede caminar con ellos” (Ito, Okabe y Matsuda, 2006, p. 1). Es más, resulta casi imprescindible personalizarlos, por lo que han pasado a formar parte de nuestra vestimenta cotidiana, hecho que los convierte en un objeto de moda y distinción, originando un “cambio tectónico en la formación contemporánea de la identidad” (Castells, 2007, p. 225). Podemos señalar que la moda es la personalización de la ruptura para alcanzar una identidad individualizada dentro de un colectivo.

Al respecto, es posible observar diferencias en las actitudes y preferencias por algunos equipos de tecnología móvil, así como por sus productos y servicios. Nos referimos tanto a los colores de sus carcazas o fundas, los accesorios (anillos para las antenas, correas, réplicas en miniatura de muñecos, fotografías adhesivas e imitaciones de piedras preciosas); como a los tonos de llamada, indicadores de mensajes, los fondos de pantalla, los íconos, los juegos; e incluso al lugar en el cual llevarlo, entre otros. Toda esta “cosmética del teléfono móvil”, además de permitir diferenciarlos cuando un mismo modelo es tenido por varios pares, constituye marcas de exhibición conscientes de la propia identidad en relación con la de otros.⁴

Por último, la función icónica se configura como la representación necesaria para darle entidad a ciertos hechos, incluso a aquellos triviales: “existe en tanto puede ser registrado y mostrado”. El modo en que los jóvenes configuran sus pantallas de celular es ya un modo de repre-

sentación visual ante los demás. Muchas veces, hasta son estas mismas imágenes las que “suben” a sus ventanas de *Messenger* o *fotologs*.

En la actualidad, lejos de los grandes relatos de la Modernidad, se entiende que se trata de compartir un cruce de culturas que no deja de tener en su centro la propia experiencia vivida, pero ahora, extendida en y por un horizonte transterritorial y multitemporal de sentidos en el cual las instancias se agregan y suman, las identidades se redefinen pero no se excluyen, involucrando conflictos y ambigüedades, integrándose por los propios requisitos de la vida cotidiana y, muchas veces, de su comunicación.

Las interacciones comunicativas móviles

Como ocurrió con la televisión en la década de los '50 y con Internet en los '90, la telefonía móvil surge como una de las tecnologías de la comunicación que define nuestro tiempo (Castells, Fernández-Ardèvol, Linchuan Qiu y Sey y otros, 2007). Detrás de la televisión, el cine y las computadoras de escritorio, los avances en multimedia y el incremento del número de usuarios permite considerar a los dispositivos móviles como la “cuarta pantalla”. Al respecto, cabe indicar que si bien las cifras muestran la tendencia acelerada del crecimiento del uso de teléfonos celulares en todo el mundo y la Argentina no es la excepción, lo importante es conocer y tratar de entender las transformaciones en las cotidianidades y las rutinas de las personas, ya que los espacios de la vida diaria funcionan como mediación constitutiva y ubicación histórica, allí donde se dirime la lucha por la constitución de sentidos.

De acuerdo con Mc. Luhan (1964), las características de las tecnologías de la comunicación moldean el conocimiento y la organización social; en sus palabras, “el medio es el mensaje”. Al respecto, Manuel Castells (2007) señala que los cambios ocurridos a partir de la década de 1980 en los dispositivos de información y comunicación transforman a la sociedad en descentralizada, flexible y basada en redes de interés más que en el hecho de compartir un espacio geográfico. Parafraseando a Mc. Luhan, Castells señala “la red es el mensaje”. Sin embargo, mientras Mc. Luhan (1964) atribuye el cambio social al desarrollo y uso de

las tecnologías, Castells (2007) sostiene que los avances en las mismas solo alimentan cambios en los órdenes sociales a partir de condiciones preexistentes. Más allá de las diferencias respecto de este determinismo instrumental, ambos autores entienden las tecnologías de la información y comunicación como el marco desde el cual es posible analizar la sociedad, porque son características del orden social imperante. En otras palabras, pensar en las interacciones comunicativas propiciadas por la telefonía móvil implica reflexionar sobre cualidades de origen socio-político-culturales vinculadas al cambio de época que son puestas en claro por este dispositivo, pero que no son configuradas por su mera existencia.

Es desde las conceptualizaciones anteriores acerca de la identidad y los cambios en la alteridad a partir de la irrupción de nuevos y múltiples discursos que acercan y configuran lo Otro, que debemos reflexionar sobre la articulación entre las tecnologías de la información y comunicación como dispositivos que, fundamentalmente, actúan en la dimensión de la significación, percepción, representaciones e imaginarios sociales. Para pensar los celulares en tanto fenómenos culturales, retomaremos las nociones de ritualidad, socialidad⁵ y tecnicidad (Martín-Barbero, 1990) y las relacionaremos con los usos de las tecnologías en los contextos cotidianos, a saber: el uso estructural; relacional; social; de acercamiento o distancia y de competencia o dominio (Malo Cerrato, 2002, pp. 110-111). El uso estructural denota la relación en el sentido que los medios modelarían los tiempos de actividad y ocio de los usuarios, marcando los ritmos de encuentro y hasta las conversaciones. El uso relacional analiza la dimensión en torno a las oportunidades de expresarse. El uso social, en cambio, hace referencia al factor de socialización. El acercamiento o distancia implica que puede aumentar la solidaridad o poner de relieve las discrepancias, incluso en la decisión de enseñar o no a los mayores a usar estos dispositivos. Por último, la competencia o dominio sirve para reafirmar los propios roles dentro de un grupo a través de las conductas que generan estos dispositivos.

La personalización de los espacios públicos

La ritualidad es la forma que implica ciertas regularidades y rutinas, repeticiones y operabilidades en los intercambios, en las socialidades; de manera tal que nos permite visualizarlas e identificarlas, ya que expresan su sentido y su significación. Asimismo, entendemos que la comprensión cabal de la ritualidad se vincula con el distanciamiento de otras ritualidades, en especial, de otras generaciones de usuarios de celulares, acostumbrados a menores capacidades multimediales. Por lo tanto, podríamos relacionar esta dimensión con los usos de “distancia”, al poner de relieve las discrepancias respecto de dichas habilidades y de “competencia” por el liderazgo de su apropiación entre las generaciones de menor edad.

Del mismo modo, es posible entender los mensajes de texto como tópicos de conversación: “los jóvenes comentan sobre la apariencia de su teléfono, o lo maravilloso de un mensaje recibido recientemente [...]. Y a veces, cuando no se reciben mensajes, se sienten excluidos y rechazados, que algo anda mal” (Taylor y Harper, 2001, p. 17). Parte de esta misma ritualidad es la regularidad y la rutina de “a cada mensaje enviado, una respuesta (inmediata)”, instalando la idea que el receptor del mensaje está “obligado a corresponder al donante” (Taylor y Harper, 2001, p. 18).

En la misma línea, la ritualidad podría visualizarse desde la actividad constante de registrar instantes que, antes de la aparición de estos dispositivos fáciles de acarrear y manipular, hubieran quedado sin ser plasmados, y, además, desde la gran circulación e intercambio que los mismos tienen (al menos potencialmente) a partir de “subirlos” a un *blog*, compartirlos a través de la tecnología *bluetooth*, etc. En este sentido, los celulares establecen ritos que, con sus nuevos sentidos y significaciones, transforman las rutinas y las energías del orden establecido en la Modernidad en la distinción entre lo público y lo privado y aquello que merece o no ser registrado para la posteridad. Aquí, asimismo, es posible vincular con el uso relacional, marcando quiénes pueden expresarse a través de estos dispositivos y quiénes no (en una suerte de “adentro” y “afuera”, inclusión o distinguibilidad); y con el uso social, en tanto (im)posibilidad de socialización.

En otras palabras, como los sistemas simbólicos y tecnológicos configuran códigos culturales singulares, la mediación narrativa que instala el teléfono celular constituye la medida y marca de la relación entre la cultura y el sentido de pertenencia/exclusión.

Sería una nueva forma de concreción de los “no-lugares” propuestos por Marc Augé (1992), con un contenido determinado más por los sujetos que participan de los mismos y menos anclado en los espacios en los cuales se da la interacción.

Sin embargo, las posibilidades de estos nuevos dispositivos hace pensar en una nueva y diferente característica de lo que quizás podríamos llamar “no-lugares”: este fenómeno creciente hace que la esfera pública se torne una especie de sala de estar compartida (en el sentido del living de la casa propia, pero usufructuado por individuos que no comparten relación aun estando en el mismo espacio). Son típicos ejemplos las zonas improvisadas como “cabinas de teléfono” públicas y urbanas (porque disponen de buena señal o de la privacidad necesaria): pasillos, terrazas, esquinas, plazas, entradas al subte, *lobbys* de cines, teatros, restaurantes; la puerta de grandes shoppings y supermercados; lugares que se llenan de personas realizando llamadas o intercambiando mensajes, sin que unos estén al tanto de lo que otros hacen.

Finalmente, por esta personalización del espacio común o compartido, la sensación de anonimato que se experimenta en las grandes ciudades parece esfumarse debido a la posibilidad de ponernos en contacto con otros conocidos que no están compartiendo ese espacio físico con nosotros. En la misma dirección, podemos indicar que la utilización de estos dispositivos contribuye a completar y llenar de sentido lo que antes era entendido como “tiempo muerto” mientras se caminaba, esperaba a ser atendido, viajaba en un medio de transporte público, durante los *breaks* del empleo o los recreos escolares (incluso lo que tenía una actividad o propósito específico considerado poco importante por alguien puede utilizarse para realizar estas tareas paralelas): es posible adelantar trabajo, conversar con otros, saludar a otros que uno no ve desde hace tiempo, ponerse al día con noticias o, simplemente, jugar. La confluencia de estas dos características, la ruptura de la noción de

límite espacial y la capacidad de su utilización *full time* otorgan un cambio cualitativo respecto de otras tecnologías.

En definitiva, resulta más correcto hablar de la personalización (dar carácter personal a algo) de este espacio público configurado a partir de estos dispositivos móviles que de su privatización (transferir una actividad pública al sector privado; que se ejecuta a vista de pocos).

La tensión ausencia/presencia

Con el nombre de socialidad se denomina lo que en la sociedad excede el orden de la razón institucional: “es la trama que forman los sujetos y los actores en sus luchas por horadar el orden y rediseñarla, pero también sus negociaciones cotidianas con el poder y las instituciones” (Martín-Barbero, 1990, p. 11). Nos referimos al espacio de las dominaciones de las estructuras de poder —incluidos los medios masivos de comunicación— pero también al lugar de emergencia de los movimientos que desplazan y recomponen aquello que se define como conflicto social y de constitución de las identidades de los distintos actores. El cambio cualitativo en la experiencia cotidiana de los jóvenes usuarios de móviles contribuye, desde diversas dimensiones, a lo que podemos denominar “crisis de fronteras” haciendo visibles, en muchos casos, las tensiones entre padres e hijos.

Conocer esos modos y sentidos que establecen los jóvenes, a partir de la utilización de los teléfonos móviles y de la capacidad de enviar y recibir SMS, imágenes y videos, es comprender cómo se crean y recrean las relaciones culturales. La comunicación a través de teléfonos celulares y la circulación de mensajes verbales y no verbales con sus propios códigos lingüísticos y paralingüísticos, las esferas sociales de su uso, los modos en que los aparatos señalan la recepción de los mismos con la variedad de sonidos y temas musicales, con los cuales uno muchas veces no sabe de qué se trata y hace que algunos sujetos entiendan esta clave de significación y otros queden al margen de la misma, reactualizan el conflicto social en algunos actores al establecer una distinción simbólica de uso y apropiación entre aquellos que conocen estos códigos

gos y los que los desconocen. Lo mismo ocurre entre quienes dominan y poseen *bluetooth*, *blog* personal, etc.

La trama en la cual se instalaban y configuraban los sujetos en tanto un orden perteneciente a lo público (que aunaba y nucleaba consensos) y a lo privado (referido a la esfera de la vida individual) es modificada por el advenimiento de estas otras lógicas de relación que se superponen a tal distinción. Los límites espaciales del hogar y de las demás instituciones son permeados y atravesados de manera discrecional por las comunicaciones vehiculizadas por estos dispositivos que no necesitan anclaje territorial. Si bien aparecerían en principio como potenciadoras de relaciones en redes más flexibles en todo sentido (espacio, tiempo, instituciones y roles), esto va a diferir de acuerdo con el contexto social general.

Tengamos en cuenta que los mensajes de texto e imágenes, a diferencia de las comunicaciones de voz, pueden pasar desapercibidos, por lo que muchos los consideran ideales para su utilización en espacios públicos compartidos. Es interesante ver cómo este “pasar desapercibido” parecería considerarse menos perturbador de la privacidad de otros que se encuentren próximos, en especial en medios de transporte, restaurantes, cybercafés, clases o bibliotecas (que, en esas situaciones, se convierten en audiencias improvisadas).⁶ Por el contrario, el hecho de atender el teléfono, aun frente a la presencia de otro real, daría cuenta de que ellos no son “tan importantes” como quien está del otro lado del aparatito, con quien se comparte la conversación o a quien se dirige de manera exclusiva, excluyendo al co-presente, exacerbando la idea de presencia ausente; refiriéndose al hecho de estar físicamente presente pero mentalmente disociado o en otra parte (y su revés, la ausencia presente).⁷

La búsqueda de independencia que caracteriza al colectivo juvenil también comprende la configuración de sus propias comunidades de pertenencia y el estar conectados, aunque más no sea inalámbicamente, con aquellos a quienes eligen. No son pocos los planteos sobre la relación entre evadirse del control adulto (es común que los jóvenes justifiquen, frente a la falta de respuesta a sus padres, “se agotó la batería” o “no había señal” y el consecuente aumento de la “privacidad”,

a partir de la instalación de una “cultura de la habitación” con la cual bloquean la información y socavan su poder.

Georg Simmel (1908) caracterizaba a las sociedades modernas como aquellas integradas por individuos que combinan una multitud de roles diferentes, y cuya individualización crece en la medida en que cada persona configura su propio establecimiento de rol y con una trayectoria cambiante en el tiempo. Al brindar la posibilidad de cambiar de roles y hacerlos flexibles sin moverse de un lugar, los teléfonos celulares armonizan distintas obligaciones, ya que aquellos roles diacrónicos hoy pueden ejercerse de manera sincrónica. Es claro el ejemplo de las mujeres que antes debían dedicarse a la atención de sus hijos o a tareas fuera de la casa de modos excluyentes, cuando ahora pueden estar en contacto permanente con el hogar sin dejar de realizarse por fuera del seno familiar. Asimismo, es posible preservar roles difusos en cuanto a su alcance y extensión porque permiten contactarse con individuos que están en movimiento o inmersos en otras actividades privadas o públicas. Para estos casos, también son centrales las funciones de “filtro” de llamadas: decidiendo cuándo encender/apagar los dispositivos, manejando el control de volumen, estrechando el círculo de personas que tienen el número, filtrando automáticamente llamadas.

En relación con esto, el círculo más reducido de personas que pueden disponer del número de teléfono celular (parientes, amigos, compañeros de colegio, de tiempo libre, personas “elegidas”), en oposición con la disponibilidad en guías que se publican incluso digitalmente y de fácil acceso para las líneas fijas, hace posible que uno pueda “filtrar” llamadas no deseadas. Así, puede sostenerse que estos dispositivos tienden al mantenimiento y clausura de los contactos con los grupos de iguales, más que a abrirse a conocer o incorporar nuevas relaciones.

No obstante, este “salirse de las instituciones” está menos vinculado a

la tecnología, sino el desarrollo de las redes de sociabilidad basadas en la elección y la afinidad, rompiendo las barreras organizativas y de espacio en las relaciones. El resultado social de estas redes es doble. Por un lado, desde el punto de vista de cada individuo, su mundo social se forma alrededor de sus redes, y se desarrolla con la composición de la red. Por

otro lado, desde el punto de vista de la red, su configuración opera como punto de referencia de cada uno de los que participan en la misma. (Castells, 2007, p. 229)

Esta integración más estrecha entre un número reducido de contactos generaría una suerte de “hermandad móvil o inalámbrica”.

Nueva tecnosensibilidad

Finalmente, la tecnicidad es entendida en cuanto “organizador perceptivo” y “será en las prácticas sociales aquella dimensión que articula la innovación a la discursividad” (Martín- Barbero, 1990, p. 13), ya que constituye una parte fundamental del diseño de nuevas prácticas. Por otra parte, como se dijo, considerar la técnica como algo exterior o ajeno a una auténtica comunicación implica desconocer la materialidad histórica de las mediaciones que ella instituye, que articulan, potencialmente, las nuevas formas de socialidad. Los teléfonos celulares de última generación son manejados con una habilidad asombrosa por estos jóvenes que nacieron con un entrenamiento de su dedo pulgar (capaz de alcanzar una destreza insospechada por otros grupos etarios, tal como se representaba en la publicidad de CTI —actualmente CLARO— en la que un joven participaba de una competencia internacional de velocidad de mecanografiado en el teclado del celular) y que da cuenta de una nueva sensibilidad tecnosocial. Con este término, nos referimos a que las tecnologías de comunicación, más allá de su mera instrumentalidad, posibilitan nuevos modos de ser, cadenas de valores y sensibilidades sobre el tiempo, el espacio y los acontecimientos culturales.

Simultáneamente, la telefonía móvil (¿o deberíamos llamarla, a estas alturas de su desarrollo tecnológico, la mini multimedia portátil?) nos ofrecería la posibilidad de contar con un tiempo ilimitado, explotable y aprovechable al máximo al romper los límites entre el tiempo de ocio y de trabajo establecidos por el reloj desde la Modernidad, perturbando la noción de secuencia y progreso lineal que se consolidaban. Tengamos en cuenta que la mayoría de los poseedores de teléfonos celulares no los apagan en ningún momento; en el mejor de los casos, los silencian. La politicidad del tiempo, en cuanto a los reordenamientos que configura,

también guarda estrecha relación con los elementos para medirlo; al respecto, los jóvenes utilizan ese dispositivo en lugar del reloj pulsera o despertador. De este modo, estaría operando preferentemente su uso “estructural”, al marcar tiempo de actividad/ ocio, entre otras rutinas.

Si, además, consideramos que se adecua perfectamente a la movilidad típica de los jóvenes, el sentido que adquiere en su imaginario pasaría por brindar la ilusión de no perderse nada, de estar al alcance del grupo de pares, siempre disponible y visible. Lejos de hacer desaparecer el espacio como límite para la comunicación, que puede darse “en todo lugar y momento”, es posible guardar imágenes, videos, música, textos. A la par, funciona como una base de datos capaz de ampliar la capacidad de memorización y actualización, con la consecuente transformación en la jerarquización de qué es lo que debe recordarse, y el molde de ese contenido: parecería ser que los cambios bruscos de planos, temas, y la falta de secuencia responde más a la lógica de nuestra vertiginosa vida cotidiana que a los relatos lineales propuestos por las producciones audiovisuales tradicionales (generalmente analógicas).

En las relaciones entre socialidad, ritualidad y tecnicidad, implicadas con la subjetividad, cabe destacar que entra a jugar el tema de la inmediatez y de la ruptura de todos los límites configurados en y desde la Modernidad.

A modo de conclusión

En este sentido, las características descriptas se conciben con las usualmente señaladas para la posmodernidad: la inmediatez, la dificultad para establecer relaciones y compromisos (frente a infinitos contactos ocasionales), en sintonía con un eterno presente, vinculado al goce instantáneo, entre otros. Por esta misma orientación, el teléfono celular puede funcionar reestableciendo las comunicaciones de tipo más casual, espontáneas, fluidas e informales, lejos de las despersonalizaciones que tienen lugar en la estandarización y despersonalización de la vida urbana.

Los jóvenes, con sus necesidades de comunicación, pertenencia, personalización y privacidad, encuentran en el teléfono celular, particu-

larmente en los SMS y las imágenes, dispositivos perfectos para satisfacer sus ansias de ruptura con este orden público (jerarquizado, reglado, lineal, “objetivo” y exterior, entre otras características) que pretenden imponer la mayoría de las instituciones modernas. La movilidad y desplazamientos constantes que son facilitados por el dispositivo, en conjunción con la multiplicidad de acciones simultáneas, plantean una reformulación de toda la experiencia cotidiana personal.

En síntesis, los jóvenes son quienes más creativa y estratégicamente han aprovechado estas tecnologías; por eso, podemos afirmar que “existe una clara correspondencia entre la emergencia de una cultura joven global, la red de relaciones sociales y la conectividad potencial que proporcionan las tecnologías de comunicación inalámbrica” (Castells, 2007, p. 266).

Notas

- 1 Podemos agregar que la construcción simbólica “nosotros los jóvenes” instaure diferentes alteridades, principalmente —aunque no en forma exclusiva— con respecto a la autoridad: la policía, el gobierno, los “viejos”, etc.
- 2 Fuente: Comisión Nacional de Comunicaciones [CNC]. Extraído el 28 de mayo, 2008 de <http://www.cnc.gov.ar>.
- 3 Fuente: “Estadística de Servicios Públicos”, INDEC [Instituto Nacional de Estadísticas y Censos]. Extraído el 30 de abril, 2008 de <http://www.indec.mecon.ar/>.
- 4 Actualmente es posible encontrar accesorios de diferentes rangos de precios, desde algunos gratuitos (al comprar algún otro producto como gaseosas o snacks) hasta otros exclusivos especialmente diseñados por grandes diseñadores: Hermes International, Gucci, Chanel, Jean Paul Gaultier y Louis Vuitton, entre otros. Incluso, algunas empresas de moda tienen convenios con fabricantes de dispositivos, como el Motorola V3i Gold de Dolce & Galbana.
- 5 Con el nombre de socialidad se denomina lo que en la sociedad excede el orden de la razón institucional para situarse en la trama de las relaciones cotidianas. No es solo el espacio de las dominaciones de las estructuras de poder, sino también lugar de praxis y emergencia de los movimientos que desplazan y recomponen aquello que se define como conflicto social y de constitución de las identidades de los distintos actores.
- 6 Es interesante señalar que las reacciones frente a esta situación son variadas: pueden resultar incómodas, irritantes, generar curiosidad o, incluso, convertirse en un juego para reconstruir el resto de la conversación que uno no escucha.
- 7 Si bien es cierto que los diarios, la radio, la televisión y otras formas de medios tradicionales también contribuyen a esta presencia ausente, se trata de medios unidireccionales; mientras que los teléfonos celulares, al ser bidireccionales o dialógicos, intensifican esta circunstancia.

Bibliografía

- Augé, M. (1992). *No lugares: Introducción a una antropología de la sobre-modernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society, *International Journal of Communication* 1, 238-266. Extraído el 20 de mayo, 2008 de <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/46>.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Linchuan Qiu, J. y Sey, A. (2007). *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Extraído el 10 de enero, 2008 de www.eumed.net/libros/2007c/312/.
- Fortunati, L. y Manganelli, A. (2002). El teléfono móvil de los jóvenes. *Revista Estudios de Juventud*, 57, 59-78.
- Geser, H. (2004). *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*. Extraído el 5 de agosto, 2006 de http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf
- Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 18, pp. 9-28.
- Ito, M., Okabe, D. y Matsuda, M. (2006). *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life*. Extraído el 22 de enero, 2008 de <http://mitpress.mit.edu/catalog/item/default.asp?tttype=2&tid=11080&mode=toc>.
- Malo Cerrato, S. (2006). Impacto del teléfono móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años. *Revista Comunicar. Revista científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 27, 105-112. Extraído el 20 de junio, 2007 de <http://www.revistacomunicar.com/>.
- Martín-Barbero, J. (1990). De los medios a las prácticas. *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, 1, 9-18.
- Martín-Barbero, J. (2002). Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 29, 45-62.
- Martin, M.V. (2008). Culturas juveniles móviles: un nuevo diseño de las interacciones comunicativas y sociales. *Oficios Terrestres*, 23, 112-127.

□ Martin, María Victoria

Mc. Luhan, M. (1964/1995). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós.

Simmel, G. (1908/1986). Conflicto y la red de afiliaciones de grupo. *Sociología: Estudio de las formas de socialización*. Madrid: Alianza Universidad.

Taylor, A. y Harper, R. (2001). The Gift of the Gab? A Design Oriented Sociology of Young People's use of 'MobilZe! *Working Paper, Digital World Research Centre*. Extraído el 16 de diciembre, 2004 de <http://www.dwrc.surrey.ac.uk/Portals/0/GiftOfTheGab.pdf>.