

Del Uso Individual al Efecto Social: Evidencias detectadas en el Empleo del SMS

Noelia Salido Andrés, Universidad de A Coruña, España

David Fernández Quijada, Universidad Autónoma de Barcelona, España

Abstract

La proliferación del empleo del SMS (*Short Message Service*) como canal alternativo de comunicación para la articulación de expresiones de lo colectivo, nos sitúa ante un nuevo escenario donde el individuo en términos de usuario, y a través de la personalización de los protocolos, reinventa los usos industrialmente prescritos para los dispositivos de telefonía móvil. Partiendo de esta distancia entre el inicial discurso industrial y los posteriores usos reales, y tomando como marco teórico las perspectivas histórica y sociológica tan presentes en el pensamiento de Lewis Mumford (1895-1990) en cuanto a la relación del *Progreso* y la *Máquina*, se presenta un primer intento de categorización del empleo social del SMS atendiendo a los datos y evidencias empíricas recogidas para el caso español.

El dinamismo actual del sector de la comunicación se visualiza de manera muy clara en los constantes progresos de las diferentes tecnologías empleadas. Su ritmo de aparición en el mercado ha aumentado rápidamente desde la introducción de los sistemas digitales, lo que se ha reflejado en una multiplicación de dispositivos y en el aumento de funciones de éstos, todo ello en un entorno de desregulación que ha atraído grandes sumas de capitales, ansiosas de multiplicarse en un sector de rápido crecimiento. Esta nueva fiebre del oro, bien reflejada en la burbuja tecnológica del cambio de milenio, se ha producido, en muchas ocasiones, sin pararse a considerar las necesidades sociales de comunicación, lo que no deja de resultar paradójico porque "en contradicción con una etapa de redescubrimiento y hasta de mitificación del receptor en la comunicación masiva clásica, ha seguido primando en ese discurso dominante una visión pura y simple de oferta, destinada, aun con crecientes componentes de marketing, a fabricar la demanda" (Bustamante, 2000:234).

En este contexto, el presente artículo parte de una aproximación mumfordiana al objeto de estudio, esto es, basada en el pensamiento del historiador y sociólogo -entre otras muchas facetas- Lewis Mumford. Sobre la relación entre las tecnologías y su uso, la bibliografía de este autor estadounidense remite inexorablemente a *Técnica y civilización* (1934) y a *El mito de la máquina* (1967-1970), obras ya lejanas en el tiempo pero que parecen reivindicarse constantemente desde la perspectiva crítica, a la luz del avance en el campo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de los discursos que éstas

suelen llevar aparejados. Precisamente las TIC y, concretamente, el caso de los mensajes cortos SMS (*Short Message Service*) de la telefonía móvil constituyen aquí el objeto de estudio.

Así, la argumentación teórica que se desarrolla en la primera parte del artículo se complementa con una aplicación empírica al caso de la telefonía móvil en España. Con el objetivo de conocer mejor el objeto último de la investigación, se ha recurrido a las estadísticas disponibles sobre su penetración en el mercado y a la todavía escasísima producción bibliográfica existente sobre la materia. En este sentido, el texto se pregunta por la relación entre la tecnología del teléfono móvil y sus usuarios, cuestionando las relaciones simplistas tan abundantes hoy en día con el objetivo de establecer una tipología preliminar de usos.

La reproducción del capital económico y cultural a través de la tecnología

El apoyo e impulso del capitalismo al mecanicismo -entendido como una filosofía que apoya el progreso técnico- y, particularmente, a las TIC, se debe al papel central que juega la aplicación de éstas en el aumento de productividad de todos los sectores económicos de un país. A través del aumento de productividad, las TIC incrementan el valor de la variable tiempo, permitiendo una reproducción más rápida del capital y la optimización del propio sistema capitalista. Las últimas innovaciones en forma de tecnologías móviles permiten autonomizar la gestión de dicha variable y otorgar el control de esta capacidad al consumidor.

A pesar de sus pregonados beneficios, la penetración de estas tecnologías es variable. Los estudios de la Comisión Europea a finales de la década pasada destacaban hasta cuatro diferentes motivos que mantienen a una gran cantidad de ciudadanos alejados del mundo de las TIC (INRA, 1999):

- La falta de percepción de las TIC como una necesidad;
- Precio elevado o excesivo;
- Complejidad;
- Falta de tiempo.

Las políticas europeas sobre la materia se han encaminado a solventar las primeras tres deficiencias -la cuarta se ciñe a la esfera privada del individuo- a través de la educación, las políticas de competencia y la investigación. En este tiempo, además, la aparición y expansión de nuevas TIC ha continuado poniendo de manifiesto la necesidad de políticas de alfabetización digital sin olvidar que los viejos problemas detectados siguen en gran parte vigentes. Todo este conjunto de factores, por tanto, deben ser tenidos en cuenta a la hora de analizar el impacto y la penetración de una determinada tecnología.

La prescripción capitalista de los usos tecnológicos en las telecomunicaciones

La obligada reproducción del capital en el sistema económico vigente fuerza la renovación tecnológica constante. Para ello, el capitalismo corporativo se convierte en prescriptor de una serie de usos de la innovación tecnológica, tarea que realiza fundamentalmente a través de las estrategias de marketing y publicidad. El objetivo de esta prescripción persigue la reproducción máxima del capital a través de la extensión y la multiplicación de los mercados para cada tecnología.

Hoy en día, la comunicación se caracteriza por la denominada convergencia, el proceso de aproximación de los sectores de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual en lo referido a tecnologías, mercados y servicios (Baldwin, McVoy & Steinfield, 1996; Comisión Europea, 1997; Nora & Minc, 1980). Esta convergencia se refleja en diferentes vertientes, como la tecnológica, la corporativa, la de servicios, la regulatoria o la social, aunque sin duda es la tecnológica la que comúnmente centra la atención de la investigación académica. El fundamento de esta convergencia tecnológica es la codificación digital de una fuente que se transmite a través de sistemas y redes indiferentes a la naturaleza original de la información, por lo que se halla íntimamente relacionada con el proceso de digitalización.

También se habla frecuentemente de la novedad de este fenómeno en su vertiente corporativa, aunque lo cierto es que históricamente "la primera característica de la innovación en el campo de la comunicación es que se sitúa en el punto de intersección de muchas ramas de la actividad industrial" (Flichy, 1982: 32). Así lo demuestra el que las primeras industrias de la comunicación moderna, como la cinematográfica, la radiofónica o la fonográfica, surgieran del encuentro entre sectores tan dispares como el eléctrico, las telecomunicaciones, la mecánica o la industria química.

Genéricamente, se muestra una tendencia a lo largo de la historia a la unión de las actividades de materiales (*hardware*) y programas (*software*) en una misma empresa en el período de nacimiento de las industrias culturales, con el caso paradigmático del conglomerado estadounidense Westinghouse en el nacimiento de la radio. Esta unión se disolvió en el conjunto de las industrias culturales en la fase de crecimiento de los mercados y no ha sido hasta épocas más recientes, con la implantación de nuevas tecnologías, regulaciones y estrategias que la unión de actividades ha vuelto a ser una característica de los distintos actores.

Por lo tanto, debe quedar claro que la convergencia corporativa actual no representa una novedad en términos históricos. Tampoco lo es el que una misma plataforma tecnológica se emplee para la comunicación interpersonal y la de masas, tal como nos recuerda nuevamente la historia de la radio. Contemporáneamente, esta convergencia de servicios es fruto del avance tecnológico de los últimos lustros -y, específicamente, del proceso de digitalización de redes y equipos-, de los cambios regulatorios y de la predisposición social a tales cambios.

El mito de la máquina

Toda la panoplia de dispositivos técnicos disponibles hoy en día tanto para la comunicación interpersonal como para la comunicación de masas se sitúa en el centro del debate comunicativo. La admiración que despiertan, junto a las tácticas comerciales y de marketing que los posicionan en el mercado, desplazan en el discurso acrítico la centralidad del contenido y del usuario a favor de la mera tecnología, haciendo buena la sentencia macluhiana de que el medio es el mensaje o, en palabras de Mumford (1982: 294), que "este penetrante instrumentalismo pone un obstáculo a las reacciones vitales que no pueden ser estrechamente unidas a la máquina, y amplifica la importancia de los bienes físicos como símbolos -símbolos de inteligencia y de habilidad y de perspicacia- incluso si tiende a caracterizar su ausencia como un signo de estupidez o de fracaso. Y en la medida en que este materialismo no tiene objetivo, resulta final: los medios se convierten luego en un fin".

La aproximación tecnofílica olvida el necesario factor social, ya que, como recuerda de nuevo Mumford (1982: 289), "de la máquina han resultado muchos ajustes sociales que estaban muy lejos del pensamiento de los filósofos originales del industrialismo". De hecho, todas y cada una de las etapas de la historia podrían ser juzgadas desde la óptica de la mecanización. En mayor o menor grado, y siempre dependiendo del estadio evolutivo del propio ser humano, la máquina ha tenido presencia y visibilidad, ha cumplido con creces los pronósticos -utilitaristas y funcionales- que de origen le han dado sentido e impulsaron su invención, creación y puesta a punto.

Desde las primeras ideaciones mecánicas hasta la capacidad tecnológica de hoy en día, el tiempo ha transcurrido a golpe de invención. La necesidad de desarrollar habilidades encontró en la Innovación el valor idóneo que alimentaba a la técnica como proceso y a las tecnologías como sus más directas expresiones, a la vez que la máquina materializaba todos y cada unos de los impulsos innovadores.

La relación Individuo-Máquina, por tanto, se descifra históricamente bajo una multitud de códigos y factores. Partiendo de esta relación de mutua pero desigual dependencia, se pueden diferenciar dos escenarios: un primero contextualizaría la disposición social hacia la Máquina en clave de Mito -la mitificación de la máquina- donde el individuo entendido como trabajador se encuentra apabullado por las capacidades técnicas de las nuevas herramientas, con las que de manera impuesta se relaciona desde la posición de mero siervo, esclavo, inservible si no actúa unido a ellas. En este contexto, la máquina representa lo desconocido, lo alienante, aquello que no puede poseer ni controlar más allá de los requerimientos y ordenanzas de la rutina laboral, ese elemento que en consecuencia no puede ser asimilado ni, por tanto, disfrutado. La admiración por estas expresiones técnicas se alimenta, pues, de un cuerpo social sin formación, desconocedor, ignorante en cuanto a las habilidades y capacidades técnicas, al que únicamente se le concede un contacto y acceso a los nuevos instrumentos, como se ha dicho,

restringido y, en consecuencia, muy controlado. Sirva como ejemplo el movimiento ludita que se origina en Gran Bretaña a principios del siglo XIX.

Un segundo escenario vendría contextualizado por la favorable predisposición social hacia los nuevos dispositivos, susceptible de leerse en clave de fetichismo tecnológico en los términos presentados en su día por De Kerckhove (1995). El individuo con acceso, y este matiz no es gratuito, se sirve de la tecnología, adopta con respecto a ella una posición activa, de cierto control. Admira las capacidades con que la innovación industrial surte a los nuevos productos, capacidades técnicas cada vez más efímeras para ser superadas, engranando de nuevo las dinámicas capitalistas de consumo. Y es en este escenario donde se vislumbra el tránsito desde la admiración a la posesión. El individuo usuario se apropia de los nuevos dispositivos, los asimila y controla pues dispone, siempre en el mejor de los casos, de formación pudiendo participar de todas y cada una de las utilidades ofertadas.

La respuesta de los usuarios: el caso de la telefonía móvil

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación favorecen un cambio de paradigma para el individuo que accede al espacio donde la variable tecnológica marca el ritmo y la cadencia. La innovación tecnológica en el sector de las comunicaciones ha puesto en manos de quien sepa, quiera y pueda utilizarlos, instrumentos suficientes para provocar rupturas decisivas en el sistema. Esta implantación y adaptación tecnológica responde al deseo individual de aumentar la capacidad en la eliminación de las incertidumbres, en la superación de las carencias, así como a la necesidad de hacerse visible y presente en los entramados comunicativos vigentes.

Disponer de un constante flujo de datos sobre los sucesos que acontecen en el mundo en tiempo real permite prever peligros y, por tanto, movilizarse para evitarlos. Las tecnologías de la comunicación parecen también así responder a los deseos colectivos de movilización, en momentos muy determinados que participen de características muy concretas. Al materializar este ansia, aparecen en escena grupos que sirviéndose de un nuevo entorno de carácter *conectivo*¹ (De Kerckhove, 1995) y de las nuevas formas de relación social, participación y ciudadanía que éste posibilita, compaginan el refuerzo de la identidad personal con la preocupación por el bienestar general. Sirva como ejemplo el fenómeno de los *smart mobs*² en los términos descritos por Rheingold (2004).

¹ Como defiende el autor, el desplazamiento de lo colectivo a lo individual fue la gran revolución del Renacimiento. Contemporáneamente, el proceso es inverso: nos movemos de lo individual no ya a lo colectivo, sino a lo que él mismo denomina *lo conectivo*: individuos que se conectan entre sí y, a su vez, forman grupos que se interconectan. Lo *conectivo* entendido como una forma personalizada de la colectividad. Su mejor imagen es la de una red donde cada participante se involucra deliberadamente.

² Concentraciones o movilizaciones colectivas de carácter pseudo-espontáneo que se sirven de las TIC para su articulación y convocatoria con el común objetivo de denunciar desajustes del sistema.

De entre todas las herramientas tecnológicas, el móvil es quizá el dispositivo de comunicación interpersonal más amplia y rápidamente difundido, sobre el que con mayor versatilidad se integran nuevas utilidades derivadas de unos usos que, si bien no han sido prescritos inicialmente desde la producción industrial, surgen desde el momento en que el empleo de la telefonía móvil se "democratiza" primero para popularizarse después.

Esta apuesta por la reinención social de los usos industrialmente prescritos únicamente puede entenderse en un contexto en el que la herramienta es concebida como parte del propio usuario, que lo define e identifica, adaptándose a él en cuanto a gustos. Esta nueva situación se define en términos de incidencia recíproca y retroalimentación continuada entre herramienta y usuario: en la medida en que la adquisición y apropiación tecnológica reinventa los usos y dota de un nuevo sentido al instrumento, el usuario se redescubre como elemento activo, interviniendo en los procesos con nuevas capacidades y protocolos más pulidos.

Usuarios: de nuevo el individuo en el epicentro de la acción colectiva

La sobreestimación de las herramientas o, si se prefiere, la desvalorización del ser humano frente al poder de los dispositivos técnicos, ha sido la tónica tradicional con la que el Individuo se ha visto obligado a comulgar a lo largo de la historia. De tal descompensación son fruto identidades individuales varias, distantes en el tiempo, diferenciadas y recurrentes, surgidas todas ellas de la estrecha relación Hombre-Máquina. Cada uno en su tiempo y con sus peculiaridades, lo que sí reflejan de manera común es al Individuo desde una posición pasiva, postrado frente a los derroteros que define el progreso, sin mayor capacidad de acción que reaccionar adaptándose al entorno en la medida de sus posibilidades, y éstas, en función del momento de la historia en que nos situemos, pueden ser muy pocas o ningunas.

Las actuales redes de comunicación, resultado directo de la aplicación de los avances tecnológicos y el progreso de la digitalización, catalizan nuevos cambios que afectan de manera inminente a la identidad individual de quien participa de ellas y, por ende, de su papel social.

Los nuevos procesos, basados en las capacidades interactivas intrínsecas del sector de las telecomunicaciones, a las que se unen las posibilidades de creación cultural del sector audiovisual, parecen situar de nuevo al Individuo en el centro de los procesos creativos. Éste se encuentra presente en el principio y el fin del proceso: en la creación e innovación técnica de la herramienta, por una parte, y en la apropiación y reinención de las posibilidades tecnológicas a través de los usos, por otra.

Son numerosas las circunstancias en que los individuos, en calidad de usuarios, re-adaptan los usos de las tecnologías disponibles en función de sus necesidades, demandas o intereses. Formado en los usos

tecnológicos, emite y suministra un contenido que en ocasiones también él mismo produce gracias a la incorporación y creciente manejo de, sirva como ejemplo, cámaras fotográficas y videográficas en los terminales: entra en el proceso ejecutando sus propias competencias, instruyéndose, intercambiando información o conociendo a otros usuarios.

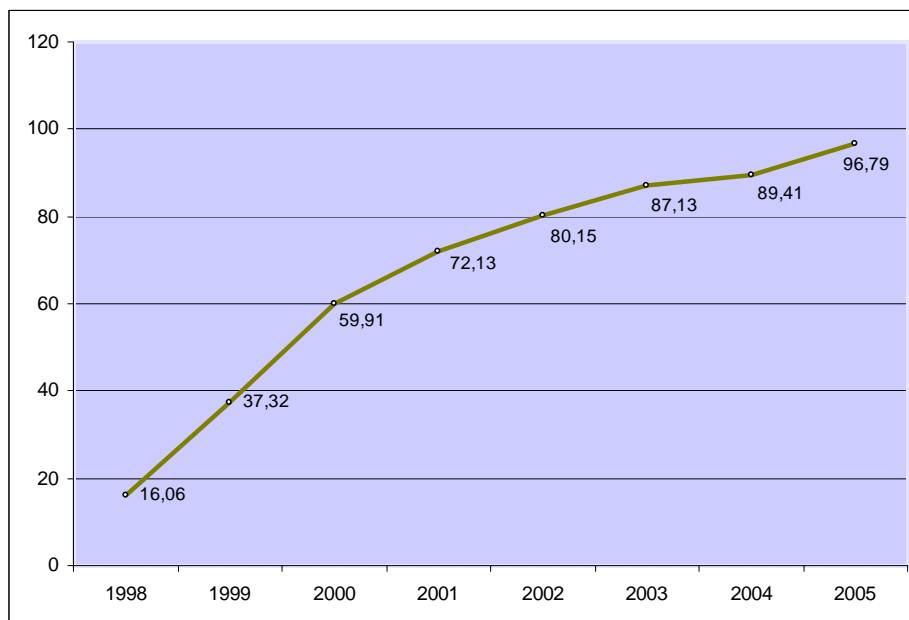
El resultado de las nuevas herramientas permite olvidar por un momento las dificultades a las que se encuentra sujeta por definición la comunicación interpersonal, pues facilitan que sea ahora el Individuo quien origine procesos comunicativos estructurados y en cadena. En este contexto, el valor del individuo se redefine, así como su capacidad y habilidad para la acción individual y colectiva, ajeno a las coordenadas del tiempo y el espacio, sin coercitivas jerarquías y en tiempo real.

El contenido, variable que hasta ahora animaba al acceso en los procesos comunicativos, deja su sitio a una diversidad de cualidades individuales, como la actitud y predisposición hacia el empleo de las nuevas herramientas tecnológicas, el interés subjetivo o el grupo social de pertenencia.

Los usos sociales de la telefonía móvil

De representar un auténtico artículo de lujo y demarcador de estatus social a inicios y mediados de los años 90, el teléfono móvil ha pasado a convertirse a través de los procesos de adquisición generalizada, en un aparato tecnológico indispensable y ampliamente difundido. En el caso de España, la penetración de la telefonía móvil en 2005 alcanzó los 42 millones de líneas, lo que representa un 96'79% de la población del país (CMT, 2006).

Gráfico I. Penetración de la telefonía móvil en España



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la CMT.

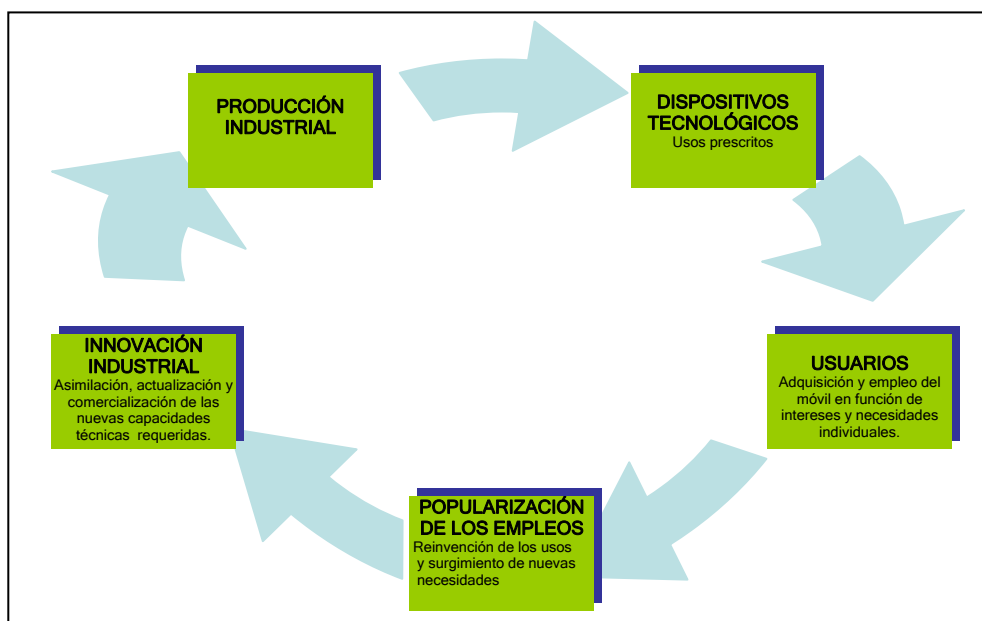
Cada vez más pequeños en tamaño, aúnan diseño y prestaciones cada vez más amplias y complejas con precios asequibles que facilitan su amplia adopción. Se trata de un dispositivo que materializa a la perfección el proceso de convergencia tecnológica sonido-imagen-texto-datos con creciente resolución y prestaciones en la palma de la mano.

La necesidad -creada desde el mercado- de estar en todo momento operativo y localizable (*always on*) lleva al usuario a sentir que adquiriendo uno de estos dispositivos avanza en el sentido correcto, en la misma dirección de quienes participan de la innovación tecnológica puntera. Sin móvil resultas estar perdido; no figuras en el entramado de la interconexión social. No obstante, su uso hasta hace bien poco parecía catalogado, y colocaba al individuo en posición pasiva, de asentimiento y sumisión ante el "progreso". El empleo social que se le ha venido dando al móvil, desde su aparición en el mercado y hasta su actual presencia como artículo de masas, parecía estar prescrito, especificado y acotado ya desde la misma producción industrial: ocio y comunicación informal como dos dimensiones complementarias.

Lo cierto es que, una vez democratizada su adquisición y popularizado su empleo, se ha visto sometido a una reinención continuada y constante, resultado de la apropiación social para con el instrumento y sus posibles usos, que en muchas ocasiones ni la misma innovación tecnológica había contemplado y que a

posteriori, una vez perfeccionados los procesos, incluye ya como capacidades técnicas del propio instrumento, sabedora la industria de los caminos que marca la demanda, puesto que "la fuerte vinculación del desarrollo de la tecnología móvil a la dinámica del mercado enmarca su impacto social en un proceso circular de diseño/comercialización/uso (Haggirian et al., 2005) en el que se generan innovaciones de tipo social que permiten desarrollos tecnológicos y aplicaciones posteriormente asumidos por el mercado" (Aguado & Martínez, 2006: 328).

Cuadro I. Ciclo vital de las tecnologías



Fuente: elaboración propia.

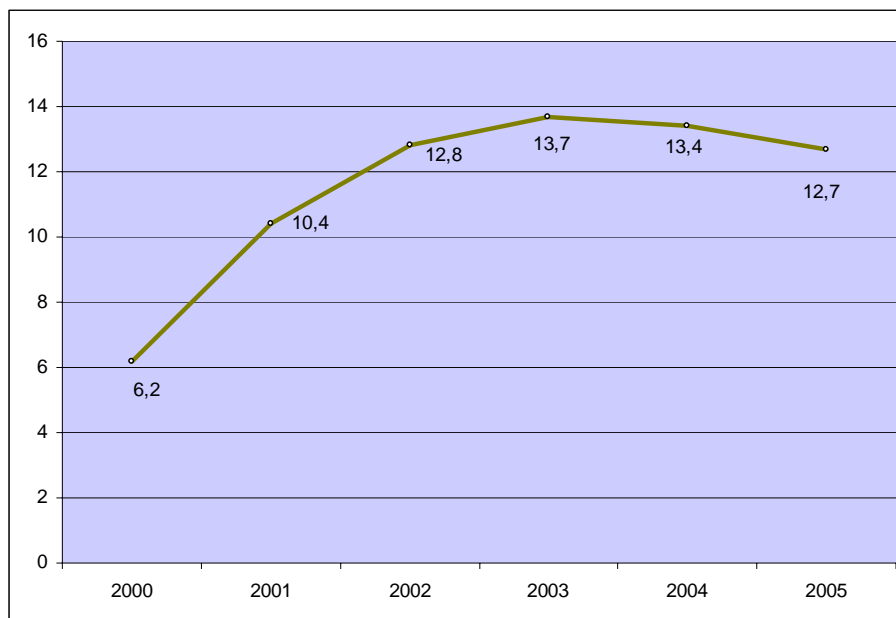
Se trata sin duda de una dinámica posible únicamente cuando las herramientas o dispositivos tecnológicos se alimentan de procesos que permiten al usuario intervenir, y esta condición la cumplen por igual información y comunicación. El usuario incide en los procesos, individualiza los usos y personaliza al instrumento: transmisión de información y capacidad comunicativa cuándo, cómo y dónde él decida.

Como certeramente señalaba Mumford, es necesario entender y asimilar la máquina para doblegarla a la finalidad y objetivos de los seres humanos. El caso de la telefonía móvil ejemplifica y constata esta premisa. La formación, el conocimiento o la habilidad para el manejo de este dispositivo se reproducen socialmente a golpe de rito. No existe libro de instrucciones, pero el empleo de sus utilidades se transmite de unos individuos a otros, y en función de la curiosidad expresa o de la mayor o menor querencia tecnológica,

unos aprovechan todas sus capacidades y otros únicamente las justas que dan respuesta básica a sus intereses. Este proceso individual de rastreo y descubrimiento, junto con la repetición reiterada de los protocolos de empleo, una y otra vez, acaba generando una acción común, una misma respuesta que predispone en cierto modo al conjunto de los usuarios para la "cooperación consciente y la ideación sistemática" (Mumford, 1969: 29). Una vez entendido su funcionamiento y apropiadas sus capacidades, el empleo del teléfono móvil sirve a las necesidades y se adecua a los objetivos.

El caso de los mensajes de texto también denominados SMS es clarificador. La posibilidad de enviar pequeños mensajes de texto a los terminales de telefonía móvil surge a inicios de la década de los noventa en pleno desarrollo de las redes GSM (*Global System for Mobile*). Su utilidad original no era otra que complementar los servicios del buzón de voz. Así pues, en este primer momento, los dispositivos de telefonía móvil contemplarían los mensajes cortos de texto como elementos complementarios a otros servicios, pero nunca como canal de comunicación alternativo a la llamada o comunicación mediante la voz. Sin embargo, en la actualidad constituyen una capacidad tecnológica aceptada universalmente y una importante fuente de financiación para la industria. En 2005, los ingresos por servicios SMS representaron el 12'69% de la facturación de las tres compañías de telefonía móvil que operaban en España (CMT, 2006). Concretamente, las empresas ingresaron por estos servicios 1.521,61 millones de € (una cifra que multiplica por 5 la cantidad ingresada en el año 2000), para una facturación total del sector de 11.986,24 millones de €. Los SMS representan el servicio de datos más importante en el capítulo de ingresos, ya que supera ampliamente a los servicios WAP (*Wireless Access Protocol*) y GPRS (*Global Packet Radio Service*). En el mismo año 2005 se enviaron un total de 12.800 millones de mensajes SMS: 8.640 millones fueron mensajes SMS entre abonados y algo más de 4.000 millones otros servicios de valor añadido (números *premium* para participar en programas de TV, sorteos, descarga de logos y melodías, etc.). En cuanto al envío de MMS (*Multimedia Messaging Service*), la "hermana pequeña" de la mensajería celular, el resultado fue de 150 millones de envíos para el mismo período, una cifra sustancialmente inferior que nos coloca ante un uso social minoritario y limitado. Descifrar el porqué de esta manifiesta desigualdad en los empleos bien podría protagonizar futuros análisis, aunque escapa al propósito del presente estudio.

Gráfico II. Porcentaje de ingresos por SMS respecto al total de ingresos en España (2000-2005)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la CMT.

Hacia una tipología de los usos sociales del móvil

El despegue del empleo del móvil y, específicamente, del SMS como canal alternativo de comunicación se origina con la dinámica de los usos sociales fruto de la apropiación masiva del dispositivo por parte de los más jóvenes primero, para contagiarse después al resto de la sociedad mediante la educación en los protocolos de envío y recepción de mensajes de texto. No es un soporte ni cómodo ni gratuito. Sin embargo, gracias al posterior reajuste industrial son hoy numerosísimas las capacidades que oferta la comunicación mediante el registro de caracteres: contactar, informar, avisar, denunciar, jugar, chatear, descargar, opinar, votar, participar, etc., con la consiguiente configuración de un tipo de lenguaje estándar que permite transmitir la máxima información con la mínima cantidad de caracteres, y la reinención de las formas tradicionales de relación interpersonales y colectivas: inmediatez y economía lingüística.

Su empleo fomenta experiencias compartidas, incluso entre personas que no se conocen o, que de otro modo, no se considerarían miembros de un mismo grupo por no compartir un mismo espacio físico, aunque sí, a partir de ahora, un mismo espacio simbólico. El SMS como expresión, soporte y canal de comunicación social hace responsable a cada ciudadano de su elección, asegurando y mediatizando su participación

activa en la vida pública. Es la accesibilidad a estos nuevos sistemas lo que implica presencia, mientras que por el contrario, la falta de cobertura conlleva quedar ajeno a los repentinos procesos de organización y expresión social fundamentalmente de aquellos cuyo empleo es más sistemático y consecuentemente dependen en mayor medida del teléfono móvil para establecer y mantener contactos que dinamicen su red de relaciones sociales cotidianas. Este *quedar ajeno* llega a provocar reacciones preocupantes de estrés, ansiedad, agobio o temor, típicas en situaciones de dependencia excesiva o adicción. Según datos del año 2004 del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, un 49% de los jóvenes de 17 años usuarios de telefonía móvil declaraban haberse sentido «agobiados o pasarlo fatal» cuando han tenido que prescindir temporalmente de su utilización³.

Probablemente la expresión social más evidente en los últimos tiempos del nivel de apropiación social de los SMS ha salido a la luz con todas y cada una de las ocasiones en que los mensajes cortos se han convertido en catalizadores y detonadores de determinadas manifestaciones, revueltas o convocatorias públicas, en soporte de formas de organización y relación sociales muy particulares en su contexto, formuladas en coordenadas temporales muy concretas y bajo circunstancias generalmente extraordinarias. Sin ánimo de exhaustividad, podríamos establecer hasta siete tipos de finalidades para las que el uso y empleo de SMS han actuado como vehículo y expresión de participación:

- **Reivindicación y protesta:** fue sin duda el pistoletazo de salida a su eclosión social con las multitudinarias manifestaciones antiglobalización que en 1999 se registraron en la ciudad norteamericana de Seattle con motivo de la reunión de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Más cerca en el tiempo y en el espacio, podemos destacar las concentraciones de protesta en contra de la guerra de Irak o las convocatorias “espontáneas” registradas en España el 13M, dos días después de los atentados terroristas y sólo cuestión de horas antes del inicio de una jornada electoral. Lo sucedido en aquella ocasión, con motivo de los atentados registrados en Madrid en el año 2004, ejemplifica a la perfección cómo el empleo de lo tecnológico se hace presente, y gana protagonismo, en pasajes de realidades tan extraordinarias como las vividas durante “los cuatro días de Marzo”. El móvil, como un común denominador sujeto en última instancia a la voluntad de quien lo portaba, estuvo presente en la ejecución técnica del propio atentado -herramienta para el asesinato masivo-, en la impresión impactante de su función cotidiana -“los cadáveres suenan”- y en la articulación de la protesta y la denuncia ciudadana como canal alternativo de información y comunicación vía SMS -“pásalo”- en detrimento de la consulta a los tradicionales medios de comunicación (Salido Andrés, 2004)

³ <http://www.dmenor-mad.es/pdf/estudiotelefonosmoviles.doc> (consultado el 3 de enero de 2007).

Al empleo del SMS se recurre como un protocolo social, colectivo, al servicio de la convocatoria de actos regulares de protesta, fundamentados en el descontento ciudadano ante desajustes muy concretos del sistema, sirvan de nuevo como ejemplos, las manifestaciones de protesta de los jóvenes españoles ante los elevados precios de la vivienda, sentadas para la denuncia por el trato al inmigrante o por la reclamación de los derechos humanos, o reuniones los fines de semana para la mejora y recuperación de zonas medioambientales castigadas, por citar sólo algunos.

- **Participación mediática:** cabe destacar la importancia creciente del uso del SMS como vehículo de participación en la programación televisiva (Prado, Franquet, Ribes, Soto, & Fernández Quijada, 2006), como muestra de convergencia con una doble cualidad: para la audiencia, la ilusión de una participación en un flujo televisivo todavía excesivamente unidireccional; para la emisora televisiva, una nueva fuente de ingresos televisivos ante la multiplicación de la competencia en la lucha por unos recursos publicitarios limitados.
- **Periodismo ciudadano:** una muestra igual de poderosa se da con cámaras fotográficas y de vídeo incluidas en los últimos modelos de móvil, que permiten al ciudadano capturar en el mismo momento en que están sucediéndose realidades denunciabiles o situaciones extraordinarias, una tendencia -*citizen journalism* o periodismo ciudadano- que otorga al producto resultante del *activismo* tecnológico anónimo -a la imagen- un valor informativo de actualidad⁴. Tanto es así que las versiones *online* de diarios españoles de prestigio como *El País* o *El Mundo* comienzan ya a incluir este "material anónimo" como complemento a los servicios informativos, a lo que es noticia. Se trata sin duda de un servicio ciudadano que alimenta toda una serie de ansias colectivas no resueltas hasta ahora por los medios de comunicación tradicionales: la necesidad ciudadana de conocer la verdad de lo que esta ocurriendo, sin apenas mediación. Esta producción gráfica y de contenidos, inmediata, múltiple y sobre todo gratuita para los medios, transforma el escenario informativo: reporteros, fotógrafos y redactores locales "de a pie" comparten con periodistas profesionales las mismas coordenadas de tiempo y espacio en la Red, con contenidos, ambos, igualmente valiosos. Es esta realidad la que contextualiza también el *activismo blogger* de los últimos tiempos.
- **Expresión para el delito:** cuando la voluntad individual del usuario es pésima, torturas, vejaciones, violencia aplicada a los débiles y registrada en instantáneas que se vuelcan en la Red a la vista de todos. El empleo de las cámaras fotográficas y videográficas para el registro de escenas

⁴ El fabricante de telefonía móvil Nokia no ha dejado escapar la oportunidad para escoger y premiar en 2006 la mejor fotografía realizada con un móvil: [<http://www.citizenjournalismawards.com>] (consultado el 3 de enero de 2007).

de alto contenido violento va mucho más allá del fenómeno *bullying*⁵, circunscrito tradicionalmente al ámbito escolar, bajo la corriente denominada *happy slapping* o, en castellano, "el tortazo feliz"⁶, versión actualizada y popular de la corriente que en su día se originó con la difusión de los *snuff movies*⁷. Su uso como catalizador de imágenes de abuso, crueldad o delincuencia encuentra en actos vandálicos de carácter colectivo el mejor de los escenarios, y en la cobertura comunicativa que los nuevos dispositivos facilitan el más abonado de los terrenos donde germinar. El volcado del material en la Red o su distribución masiva SMS se alimenta a la vez del morbo y del refugio que posibilita el anonimato. Sirva como ejemplo de algunos de estos poderosísimos sistemas el portal de videos compartidos *YouTube*⁸.

Las vejaciones a reclusos iraquíes llevadas a cabo por soldados norteamericanos, el asesinato de indigentes a manos de adolescentes del primer mundo, la burla aplicada a individuos desfavorecidos o deficientes, la difusión de lo íntimo y privado o actos de enorme relevancia histórica como la ejecución del dictador iraquí Sadam Hussein se hacen presentes, cercanos y reales desde el momento en que son grabados por los móviles y difundidos en la Red para ser consumidos posteriormente, en una expresión macabra de un nuevo concepto de ocio tecnológico.

- **Denuncia:** igualmente, el manejo de las capacidades técnicas incorporadas en los móviles posibilita la captación de situaciones de riesgo y actos delictivos "in situ" mediante la grabación de vídeos o el empleo de cámaras fotográficas con cada vez mayor y mejor resolución. Prueba de la adaptación ya no sólo industrial sino también institucional a las tendencias sociales en los usos, es el hecho de que por primera vez una ciudad -Nueva York- prevé dotar de los pertinentes sistemas tecnológicos a los centros de emergencia 911 para que cualquier ciudadano que asista a un acto delictivo y con ayuda de su móvil haya podido registrarlo gráficamente, lo denuncie enviando un material que puede ser de enorme relevancia y ayuda para el inicio de las pesquisas policiales⁹.
- **Participación y disfrute del ocio:** las formas de ocio también cuentan con el empleo de mensajes cortos para su articulación, como acreditan las multitudinarias convocatorias vía SMS de

⁵ Literalmente del inglés, *bully* significa matón o agresor. Por *bullying* se entiende el proceso que aglutina situaciones de acoso, intimidación o victimización a las que un alumno o alumna está expuesto, de forma reiterada y prolongada, por parte de otros compañeros. Estas acciones negativas recogen tanto las cometidas verbalmente o mediante contacto físico, como las psicológicas de exclusión.

⁶ "Violencia con móvil", *El País*, 28 de mayo de 2006

[http://www.elpais.com/articulo/portada/Violencia/movil/elpdmpor/20060528elpdmqpor_1/Tes] (consultado el 4 de enero de 2007).

⁷ Películas que muestran actos violentos y asesinatos reales provocados.

⁸ <http://www.youtube.com>.

⁹ http://news.com.com/2100-1033_3-6151337.html?part=rss&tag=2547-1_3-0-20&subj=news (consultado el 20 de enero de 2007).

“botellones”¹⁰ en espacios y tiempos predeterminados en múltiples ciudades españolas en la primavera de 2006¹¹.

- **Expresión artística:** una de los usos quizás más inesperados es el que a través del móvil satisface las inquietudes artísticas. En el caso de los pioneros Zexe¹², además, el matiz artístico rebosa de denuncia. Y es que este proyecto pionero pretende reflejar la realidad cotidiana de ciudadanos anónimos y muchas veces olvidados -prostitutas, gitanos, refugiados, etc.- a través de los teléfonos móviles y las fotografías y textos que estos crean. El reconocimiento les llegó en forma del Golden Nica del prestigioso festival Ars Electrónica¹³.

En torno al cómo la sociedad readapta el uso de la tecnología disponible en función de sus necesidades e intereses momentáneos -bien de índole simbólico o práctico-, las cada vez mayores prestaciones tecnológicas que incluyen los teléfonos móviles permiten abrir las puertas a la innovación en los usos sociales y la configuración de nuevas tendencias pues “la auténtica naturaleza de las nuevas tecnologías depende del uso social que de ellas se haga, de las necesidades que vienen a satisfacer y de la forma en que se institucionaliza su acción productiva” (Torres López, 1990: 25). Así, los usos de las tecnologías dependen en última instancia de las voluntades individuales, y el sentido de anonimato que posibilitan parece haberse convertido en la panacea que las justifica, sean del signo que sean.

A modo de conclusión

Ante los progresos que se avecinan en la actual vorágine tecnológica (en la transmisión y procesamiento de datos, en la aplicación de los protocolos de la mecánica cuántica o en los sistemas derivados de la nanotecnología), se prevén de nuevo transformaciones a todos los niveles, cambios más profundos y virulentos quizás, modificaciones que de igual manera colocarán en primera fila del análisis la relación Individuo-Máquina.

Sin duda, ha sido en el último siglo cuando los cambios han sucedido con mayor velocidad. Derivada del desarrollo eléctrico, la innovación electrónica ha sido el terreno abonado del que han resultado las capacidades informáticas, que aplicadas a la industria de la información y la comunicación nos sitúan en un presente global y digital. Este progreso de estandarte autómatas más que modificar, reinventa todos y cada uno de los planos sociales: desde los ambientes micro de la vida cotidiana hasta las esferas macro de la

¹⁰ La expresión coloquial *botellón* hace referencia a reuniones más o menos multitudinarias celebradas en espacios públicos como plazas o parques donde los jóvenes se reúnen para beber alcohol. El fenómeno, expresión de la división espacial del ocio, ha pasado a convertirse en muchas ciudades españolas en fuente de controversia tanto vecinal como política.

¹¹ http://www.elpais.com/articulo/Internet/Moviles/Internet/difunden/convocatoria/macrobotellon/varias/ciudades/elpportec/20060309elpepunet_1/Tes (consultado el 15 de diciembre de 2006).

¹² <http://www.zexe.net>

¹³ “El mapa ‘inaccesible’ de Barcelona se lleva el gran premio del arte digital”, *El Mundo*, septiembre de 2006 [http://www.elmundo.es/especiales/2003/03/sociedad/hacia_la_igualdad/noticias/2006/09/noticia1604.html] (consultado el 30 de enero de 2007).

sociedad en su conjunto, en sus formas de relación y producción. Siempre ha sido así, pero lo que es netamente revelador es el nivel de absorción, apropiación y querencia que la sociedad global (léase, occidental y desarrollada) despliega hacia los instrumentos tecnológicos. Esta situación se explica no sólo por la particularidad de las nuevas herramientas sino también por la entrada en escena del consumo como dinámica socio-económica al servicio de la técnica, así como por la configuración de una nueva identidad individual del que consume entendido en términos de usuario. La confluencia de estos vectores posibilita que el individuo comparta a un mismo tiempo, y gracias al empleo de estas nuevas herramientas, una dualidad de espacios: lo íntimo, lo privado, se articula como espacio mediatizado mientras que lo público, lo colectivo, se define en términos de espacio domesticado (García-Montes, Caballero-Muñoz, & Pérez-Álvarez, 2006), tal como nos demuestra el caso del SMS.

Su empleo ejemplifica a la perfección la dialéctica que se establece entre una tecnología de laboratorio y unos usuarios que la adoptan y adaptan para sus propios usos, en muchos casos inimaginables en la fase de lanzamiento de la tecnología. La extensión casi universal del teléfono móvil y del SMS como una de sus aplicaciones más populares otorga todavía mayor relevancia a su estudio. El presente trabajo no aspiraba a una delimitación detallada de usos, tarea, por otro lado, titánica desde el punto de vista sociológico. La sola propuesta de una primera tipología de usos colma las aspiraciones en un campo de investigación que se promete fecundo en los próximos años debido, como mínimo, a tres factores:

- El propio desarrollo tecnológico, que multiplica las funcionalidades a la vez que miniaturiza el tamaño de este dispositivo ubicuo.
- El dinamismo de las telecomunicaciones como sector y su proceso de convergencia con las industrias culturales, expertas en el tratamiento de productos intangibles de alto valor simbólico que prometen una rápida transferencia de soporte hacia las redes móviles.
- Las herramientas de producción de contenidos puestas por primera vez de forma masiva al servicio del usuario, lo que promete nuevos e inesperados usos, tanto desde los usuarios intensivos como de aquellos que, sin formación, establezcan sus propios usos.

Algunos de los campos señalados, como el periodismo ciudadano o la protesta social, no modifican sólo las prácticas cotidianas sino que influyen en aspectos tan relevantes como la política o el entorno mediático, constituyéndose en auténticos retos que los sistemas establecidos aún estudian cómo abordar. Sólo esto último ya indica cuán necesaria será la investigación en este campo para los científicos sociales que acepten el reto. De la misma manera, no es justo dejarse arrastrar por un ilusionista optimismo hacia lo tecnológico. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son únicamente herramientas más precisas y desarrolladas, instrumentos que a través de su empleo pudieran ser revulsivos de posibles cambios sociales pero que, por sí mismas, no aciertan a desarrollar plenamente su potencial. Los usos que

los individuos hagan de ellas no son una función más, susceptible de ser programada con antelación. Para la convivencia y el progreso de la sociedad como un todo, la libertad es el mejor de los síntomas pero, igualmente, puede ser el peor de los males si no se ejerce con responsabilidad. En resumen, "la técnica (...) existe como un elemento de la cultura humana que promueve el bien o el mal según que los grupos que la explotan programen el bien o el mal. La máquina misma no tiene exigencias ni fines: es el espíritu humano el que tiene exigencias y establece las finalidades. Para reconquistar la máquina y someterla a los fines humanos, primero hay que entenderla y asimilarla" (Mumford, 1982: 24).

Bibliografía

- Aguado, J. M., & Martínez, I. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil. *Zer*, 20, 319-343.
- Baldwin, T. F., McVoy, D. S., & Steinfield, C. (1996). *Convergence. Integrating Media, Information & Communication*. Thousand Oaks: Sage.
- Bustamante, E. (2000). Nuevas tecnologías, nuevas redes: caminos de la investigación. En J. Benavides, D. Alameda y E. Fernández (eds.), *Las convergencias de la comunicación. Problemas y perspectivas investigadoras* (p.233-237). Madrid: Fundación General de la Universidad Complutense.
- CMT (2006). *Informe Anual 2005*. Barcelona: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.
- Comisión Europea (1997). *Libro Verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación*. Bruselas: Comisión Europea.
- De Kerckhove, D. (1995). *The Skin of Culture*. Toronto: Somerville House Books L.
- Flichy, P. (1982). *Las multinacionales del audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- García-Montes, J. M., Caballero-Muñoz, D., & Pérez-Álvarez, M. (2006). Changes in the self resulting from the use of mobile phones. *Media, Culture & Society*, 28(1), 67-82.
- INRA (1999). *Measuring Information Society*. Brussels: European Commission.

Mumford, L. (1969). *El mito de la máquina*. Buenos Aires: Emecé.

Mumford, L. (1982). *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza Editorial (original de 1934).

Nora, S., & Minc, A. (1978). *L'Informatisation de la société rapport à M. le Président de la République*. Paris: La Documentation Française.

Prado, E., Franquet, R., Ribes, X., Soto, M.T., & Fernández Quijada, D. (2006). *Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya [http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/tvi.pdf].

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.

Salido Andrés, N. (2004). Del 11M al 14M: jornadas de movilización social, comunicación presentada en el XIX Congreso Internacional de Comunicación, Navarra: Universidad de Navarra, 11 y 12 de Noviembre, [<http://www.unav.es/fcom/cicom/19cicom/pdf/q3.nuevas%20vias/noelia%20salido.pdf>]

Torres López, J. (1990). *Tecnologías de la información: impactos y usos sociales*. Málaga: Servicio de Publicaciones (Universidad de Málaga).