

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y SOCIALES (UCES)

Trabajo de Investigación:

*Nuevas Formas de Comunicación:
Mensajes de Texto por Celular en el Público Adolescente.*

*¿Qué estrategias de comunicación deberán implementar
las empresas de telefonía celular para llegar a este segmento
de acuerdo a este fenómeno que se plantea?*

Autora del trabajo:
Lic. Silvana Gabriela Balbo

Carrera en el marco de la cual se presenta la Tesis:
Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales

Nombre de la Directora o Tutora de la Tesis:
Mg. Nancy Díaz Larrañaga

Fecha de Presentación: 24 | 06 | 2009

Agradecimientos y Dedicatoria

Agradezco al Ing. Agr. José Luis Russo, quien apostó a las comunicaciones institucionales en el INSTITUTO NACIONAL DE SEMILLAS, y no solo confió en mí para la conducción de las mismas, sino que además me dio la posibilidad de realizar la maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales en la UCES para continuar creciendo profesionalmente y actualizándome.

A mi tutora de tesis, Mg. Nancy Díaz Larrañaga, por confiar en este proyecto, por darme fuerza y coraje cuando lo necesité y por ser una guía excepcional.

También al Lic. Facundo Ponce, a cargo de la materia de tesis durante la cursada en la maestría, por brindarme herramientas que me fueron de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo y a los jóvenes que gentilmente participaron dando testimonio de sus experiencias personales en el tema de estudio.

Quiero dedicar este trabajo de investigación, a la memoria de mi padre, quien solía decir que lo único que podía dejarme era un título universitario, y me dejó muchas más enseñanzas para la vida. A mi madre, quien siempre me apoyó en mi carrera profesional y aún me incentiva para que siga capacitándome.

A todos aquellos que, como yo, creen que las Comunicaciones Institucionales son un eslabón fundamental dentro de las instituciones al igual que las otras áreas que las componen, para que éstas crezcan como organizaciones y también como parte integrante de una sociedad.

ÍNDICE

Introducción.....	6
Capítulo 1: Conceptos Teóricos.	
Avances Tecnológicos y Nuevas Prácticas Comunicacionales.....	9
1.1 Tecnología y Comunicación.....	9
1.1.1 Mensaje de Texto o SMS (SHORT MESSAGE SERVICE). Su incorporación al teléfono celular	10
1.1.2 El Proceso de Comunicación. Transformaciones socioculturales en el tiempo	11
1.1.3 La interacción como parte del proceso comunicacional	13
1.2 Los adolescentes y las nuevas tecnologías de la información	15
1.2.1 Pertenecer a una generación	15
1.2.2 Jóvenes. Construcción de la Identidad	16
1.3 El uso del SMS entre los adolescentes. Nuevas prácticas comunicacionales ..	17
1.3.1 Adaptación y uso de las nuevas tecnologías	18
1.3.2 Los nuevos códigos del SMS	19
1.3.3 Códigos y diccionarios	19
1.4 Las empresas y su vínculo con público consumidor	21
1.4.1 Moda y juventud	22
1.4.2 Los adolescentes, consumidores de celulares. Competencias Comunicativas y pertenencia a un grupo	23
1.4.3 Los jóvenes y el mercado de la telefonía celular	25
1.5 Las empresas y su vínculo con los públicos	26
1.5.1 Empresas de telefonía celular. Nuevos desafíos en las comunicaciones institucionales	26
1.5.2 Del producto a la imagen corporativa	27
1.5.3 Planificación estratégica de las comunicaciones institucionales en el siglo XXI. Que más debemos considerar	29
Capítulo 2: Enfoque y Resolución de Interrogantes	31
2.1 Tipo de estudio a implementar	31
2.2 Técnicas de recolección y producción de datos	32
2.2.1 Unidades de análisis	32
2.2.2 Criterios de selección de casos	32
2.2.3 Técnicas e instrumentos	33
2.2.3.1 Observación directa	33
2.2.3.2 Entrevista semiestructurada	33
2.2.3.3 Protocolo de Investigación	34
2.2.3.4 Modelo de Entrevista	36
2.3 Registro de datos y análisis de la información	37
2.3.1 Observaciones en lugares en lugares públicos	37
2.3.2 Entrevistas realizadas	40
Capítulo 3: Resultados de Investigación	43
3.1 Análisis de la información del trabajo de campo	43
3.1.1 Los atractivos de comunicarse a través del SMS	43
3.1.1.1 La adquisición del primer equipo de teléfono celular	43
3.1.1.2 El avance de la tecnología en la oferta de equipos de telefonía	

	celular	45
3.1.1.3	Las funciones del equipo compartidas con otros pares	45
3.1.1.4	Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?	47
3.1.1.5	Quiénes son los destinatarios de los envíos de los SMS	48
3.1.1.6	El celular va a todos lados con los jóvenes, pero no siempre está a la vista	49
3.1.2	La forma de interacción entre los adolescentes con el envío de SMS	50
3.1.2.1	La incorporación del celular a las actividades diarias de los jóvenes	50
3.1.2.2	Los jóvenes están comunicados en todo momento y lugar salvo que el teléfono esté apagado	52
3.1.2.3	El teléfono celular está presente en las actividades grupales y muchas veces forma parte de las bromas en el grupo de amigos ..	54
3.1.2.4	Un avance tecnológico que permite ser un disparador del diálogo con el otro en los momentos de ocio	56
3.1.3	Nuevas prácticas comunicacionales surgidas con el uso del mensaje de texto	57
3.1.3.1	Los temas que se tratan a través del envío de SMS	57
3.1.3.2	S.O.S. Abreviaturas. ¿Surgieron nuevos códigos de comunicación con la implementación de los SMS	59
3.1.3.3	La redacción de un SMS y sus limitaciones por cuestiones tecnológicas y económicas.....	62
3.1.3.4	La comunicación a través del envío de mensajes de texto (SMS) y del Messenger (MSN). Semejanzas y diferencias	63
3.1.3.5	Sin un teléfono celular la comunicación no resultaría tan fácil	64
3.1.4	El público adolescente y el vínculo con las empresas de telefonía celular	66
3.1.4.1	Elección: teléfonos celulares de avanzada vs. servicio de telefonía móvil	66
3.1.4.2	Un buen servicio y bajos costos determinan la elección de la empresa de telefonía celular	67
3.1.4.3	El SMS en la comunicación público joven – empresa de telefonía celular	69
3.1.4.4	Los jóvenes prefieren que alguien de la empresa los atienda Telefónicamente sus inquietudes y reclamos	70
3.1.4.5	Los SMS que envían las empresas de telefonía celular son Impersonales y están dirigidos a toda su masa de públicos.....	71
3.1.4.6	El desafío de comunicar en la Era Digital	73
3.2	Conclusiones	75
3.2.1	Las comunicaciones institucionales entre las nuevas prácticas socio- culturales y los avances tecnológicos	75
3.2.2	Posicionarse ante el público adolescente con una imagen positiva ...	77

Capítulo 4: Estrategias comunicacionales de las empresas de telefonía celular con el público joven ante este fenómeno	80
Capítulo 5: Anexos	83
5.1 Desgrabaciones de las entrevistas realizadas	83
5.2 CDs con las entrevistas grabadas	142
Bibliografía Utilizada.....	143

INTRODUCCIÓN

Una de las más destacadas revoluciones del Siglo XX en las formas de comunicación con la incorporación de nuevas tecnologías fue y continua siendo, Internet. A través del chat se logró instantaneidad, comunicación en tiempo real, ya sea en el ámbito local o internacional.

Los avances tecnológicos en el plano comunicacional continúan de una manera vertiginosa y con ellos, la utilización que de éstos hacen los integrantes de una sociedad. Así como experimentamos la comunicación ON LINE a través de Internet, ocurre algo similar con la aparición de los teléfonos celulares y la posibilidad que éstos brindan de estar conectados, en todo momento y en todo lugar, a través de los Mensajes de Texto.

Esta es una de las formas más corriente para comunicarse, que ponen en práctica principalmente los adolescentes. Lo hacen utilizando sus dedos a una velocidad increíble. Esta nueva dinámica en la comunicación al igual que el Chat, está generando no sólo nuevos códigos y modalidades de expresión sino también una forma diferente de vincularse con el otro como parte de una moda o de nuevos estilos instalados en las generaciones más jóvenes.

El adolescente del siglo XXI ha nacido ya con toda esta tecnología a su disposición y la tiene tan incorporada a su vida diaria como salir con sus amigos o practicar algún deporte.

La innovación en este tipo de comunicación no sólo está dada por la utilización de una nueva tecnología, sino también por los cambios que se producen en la comunicación interpersonal y en las formas de percepción que ésta genera. Precisamente sobre este último punto mencionado, el autor Walter Benjamín nos lleva a reflexionar acerca de “los modos de significación”, inherentes a la nueva economía cultural y que dan cuenta de la experiencia cuyo fundamento no podría ser sino perceptual y cognitivo, eso es, la configuración del “sensorium”, en una sociedad en que la tecnología y la industrialización son las mediaciones de cualquier percepción posible. La sensación frente a la pantalla, sea la de una PC o la de un teléfono celular, es que la persona está ahí, cuando en realidad hay una diferencia espacial. Esto ha llevado a incorporar nuevos códigos que connoten sentimientos o expresiones que no pueden evidenciarse, por no tratarse de una comunicación cara a cara, o por no poder escuchar el tono de voz que sí podría darnos cuenta de ellos.

Está pendiente en todo este proceso de “la cultura y la comunicación digital” detectar en que lugar se ubican hoy las empresas de telefonía celular que han puesto esta nueva tecnología al alcance de la sociedad. ¿Están éstas en la misma sintonía con los usuarios? ¿Hacen uso ellas mismas de estas nuevas formas de comunicación para conectarse con los usuarios / clientes?

Fundamentos del trabajo de investigación. Hacia donde nos dirigimos.

En consideración a la situación arriba descrita, el presente trabajo de investigación estará centrado en el fenómeno de la comunicación entre los adolescentes a través del uso de los mensajes de texto por celular, con una mirada global e integradora que abarque aspectos sociales, culturales y generacionales que permitan comprender las razones que llevan a los jóvenes a elegir esta forma de comunicación. Serán otros puntos a indagar las características innovadoras presentadas por los avances tecnológicos que también influyen en la elección de este público y que están determinando nuevas formas de comunicación entre quienes lo componen.

Es entonces objeto de este trabajo de investigación comprender cómo funcionan y de qué forma intervienen los aspectos personales y tecnológicos en la definición de las nuevas prácticas comunicacionales entre los jóvenes. Desde esta perspectiva, se pretende descubrir además si los jóvenes eligen comunicarse vía mensaje de texto con las empresas de telefonía celular y para qué específicamente. Asimismo, evidenciar cuál es la opinión y percepción que ellos tienen acerca de las comunicaciones que las compañías entablan con ellos a través de los SMS.

Estructuración y etapas del trabajo de investigación.

El trabajo estará estructurado en cinco etapas, de acuerdo al siguiente esquema.

La primera etapa aportará los conceptos teóricos vinculados al trabajo de estudio para lograr esa mirada integradora que contemple por un lado la comunicación como proceso en sí mismo y otros elementos que intervienen en ella como ser: la conducta del ser humano, el tiempo y el espacio, entre otros. Por otro lado, se incluirán los conceptos vinculados a las nuevas tecnologías que actualmente están a disposición de los adolescentes y que también condicionan la comunicación entre ellos, como ser las características de los nuevos equipos de telefonía celular, las funciones que estos les permiten llevar a cabo, la influencia de la utilización de Internet y el MSN en la redacción de los mensajes de texto y la limitante de caracteres que lleva a nuevas

formas de expresión. Asimismo, una descripción de las características propias de estas nuevas generaciones adolescentes que ayudará a comprender su forma de pensar y sentir el mundo que los rodea y que también se traslada la manera de comunicarse y darse a entender.

Por último, el capítulo dedicado a los fundamentos teóricos contendrá conceptos que hacen a la esencia de las comunicaciones institucionales y que deben ser tenidos en cuenta al momento de que las compañías definan las estrategias de comunicación para llegar a sus diferentes públicos.

En la segunda etapa se describirá el tipo de estudio y la metodología de investigación empleada para llevar adelante la investigación, las técnicas de recolección y producción de datos, como así también los instrumentos utilizados para el registro de la información obtenida.

En una tercera instancia se hará un análisis pormenorizado de la información obtenida en concordancia a los objetivos planteados para el presente trabajo, de los resultados obtenidos y también de las conclusiones a las que se arribaron de acuerdo a los interrogantes planteados.

Posteriormente y en la cuarta etapa se esbozarán propuestas de estrategias de comunicación institucional que puedan resultar útiles a las compañías de telefonía celular de acuerdo al análisis realizado. Algunas podrán estar vinculadas a la utilización del SMS como forma de comunicación y otras relacionadas a nuevas prácticas comunicacionales propias de este público objetivo.

A modo complementario se dispondrá como material anexo de consulta para quienes deseen ahondar en detalles la totalidad de las entrevistas desgrabadas para poder leer los relatos completos de los jóvenes que participaron de las entrevistas, como así también un CD conteniendo las grabaciones para ser escuchadas.

Cada una de estas etapas estará reflejada coincidentemente en los cinco capítulos que comprende el trabajo de investigación.

CAPÍTULO 1

CONCEPTOS TEÓRICOS

“AVANCES TECNOLÓGICOS. NUEVAS PRACTICAS COMUNICACIONALES”

1.1 Tecnología y Comunicación.

Las nuevas tecnologías nos ingresan en un mundo virtual, donde se conforman espacios en los cuales se mantienen relaciones entre los que las habitan y frecuentan a menudo.

Tal como lo expresa Arturo Montagu “asistimos a una rápida integración de los medios digitales tanto en niveles académicos como en los profesionales”... “los sitios web que existen en estos momentos nos indican que nos dirigimos rápidamente hacia la convergencia digital. Si a esto le sumamos los diferentes protocolos que nos ofrecen las tecnologías de la información, ya sea sobre Internet, y además agregamos los avances del campo de la telefonía celular, es posible darse cuenta de que la convergencia digital ha llegado y permanecerá entre nosotros por mucho tiempo”¹.

Recién inventado y lanzado al mercado, el teléfono celular cumplía solamente la función de entablar una conversación telefónica en cualquier momento y lugar. Posteriormente, se idearon modelos con menús que incluían opciones tales como: sacar fotografías, filmar, utilizar agenda y/o calendario, despertador y la posibilidad también de enviar mensajes de texto para comunicarse, como una opción diferente a la comunicación oral y además, más económica.

El teléfono celular no tiene hoy un uso exclusivo por parte de los adultos. Ya se evidencian también niños y jóvenes que poseen celulares para comunicarse con sus familias, amigos, conocidos, entre otros vínculos.

Haciendo foco en el segmento de los jóvenes tal como lo describe María Amor Pérez Rodríguez “el móvil se ha convertido en el recurso más utilizado para comunicarse entre los adolescentes, superando con creces las expectativas de los directivos de las empresas de telefonía”².

Los avances tecnológicos en el plano de la información y de la comunicación han generado un nuevo escenario en nuestra cultura que está basado en el ciberespacio, la comunicación computarizada y tecnológica.

¹ MONTAGU, Arturo– PIMENTEL, Diego – GROISMAN, Martín. “Cultura Digital. Comunicación y sociedad”. Ed. Paidós, Buenos Aires, 2004, p. 22.

² PEREZ RODRIGUEZ, María Amor. “Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios”. Ed. Paidós, Barcelona, 2004, p. 25,26.

Ya que los mensajes de texto o SMS son la base fundamental del presente trabajo de investigación, seguramente resulte interesante conocer como surgió esta nueva opción en comunicación para los usuarios de teléfonos celulares.

1.1.1 Mensaje de Texto o SMS (SHORT MESSAGE SERVICE). Su incorporación al teléfono celular.

En el año 1987, el director ejecutivo de Nokia apostó a una nueva tecnología, un estándar técnico de telefonía móvil llamado Global System for Mobile Communications (GSM) - Sistema Global de Comunicaciones Móviles. En 1991, la empresa Radiolinja de Finlandia comercializó la primera red GSM del mundo.

El estándar GSM incorporaba la posibilidad de enviar mensajes instantáneos de 160 caracteres de un teléfono a otro empleando el teclado para escribir y la pantalla para leer. Esta función se denominaba **Short Message Service (SMS)**. El primer mensaje de texto se envió en diciembre de 1992 en el Reino Unido. A mediados de 2001, se enviaban ya centenares de miles de millones de mensajes al mes en todo el mundo. Las previsiones para 2002 rondaban el billón de mensajes de texto mensuales en las redes GSM del todo el mundo.

Este boom en la utilización de los mensajes de texto pone en evidencia que los usuarios de los teléfonos se apropiaban de esta innovación tecnológica como una nueva alternativa para comunicarse.

Si bien esta innovación tecnológica tuvo sus inicios en Finlandia, nuestro país no escapa a toda esta nueva opción en el plano comunicacional, por el contrario, la Argentina se encuentra entre los países que han adoptado masivamente el uso de los mensajes de texto: según un estudio realizado por IPSOS MEDIA, con datos obtenidos entre abril y junio del 2005, se comprobaba que el 38% de los encuestados era usuario de telefonía móvil. De ellos, el 71% tenían el hábito de enviar y recibir mensajes de textos. El segmento que mayor uso le daba a los SMS era el de los adolescentes de entre 20 y 24 años, que lo empleaban en un 94% de los casos; seguidos por los que tenían entre 15 y 19 años, que lo usaban en el 86%³.

Las empresas de telefonía celular deben estar atentas a la respuesta que obtienen de sus usuarios y consumidores. La tecnología avanza y con ella la posibilidad de lanzar al mercado nuevas alternativas en el campo de la información y de la comunicación. Así

³ BONGIOVANNI, Pablo. Nota: “El Reinado de los SMS: Mi acción, Nuestra Reflexión. Los Mensajes de Texto: ¿una práctica global?”. Publicada en el portal: <http://webblog.edu.ar>, 2 de febrero de 2006.

es que algunos modelos de teléfonos celulares ya cuentan con conexión a Internet, cuyo mayor rédito para los jóvenes es la posibilidad de bajar los “ringtones” o “melodías musicales” de canciones de sus grupos favoritos para que les indiquen el ingreso de llamadas, ingreso de nuevos mensajes, despertador, entre otros.

Toda tendencia del mercado lleva entonces a las empresas a reflexionar acerca de qué les está diciendo o evidenciando este público específico con respecto a un producto o servicio determinado. Tal como lo indica García Canclini “en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad”⁴. Esto da cuenta entonces de que el adquirir estos productos no implica el hecho de la compra en sí misma, sino que por el contrario hay otras cuestiones que se disparan y que se generan a través del uso que hacen de ellos y de sus utilitarios. En el caso de los celulares, el envío de mensajes de texto, instala una nueva forma de comunicarse, de relacionarse y de generar vínculos en tiempos y espacios que épocas atrás hubieran sido imposible de contemplar o de asimilar a la luz de la lógica humana.

Estas nuevas prácticas en el proceso de comunicación requieren de la comprensión acerca de cómo funcionan y de qué forma intervienen tanto los aspectos personales como los tecnológicos, que son el objeto de la presente tesis.

1.1.2 El Proceso de Comunicación. Transformaciones socioculturales en el tiempo.

Tradicionalmente, se ha conceptualizado el proceso de comunicación en términos de circuito de circulación. Este modelo, según lo plantea Alicia Entel, “ha sido criticado por su linealidad – emisor, mensaje, receptor – y por la ausencia de una concepción estructurada de los diferentes momentos como una estructura compleja de relaciones”⁵.

Sobre esta mirada del proceso comunicacional, Stuart Hall, reconocido exponente de los Estudios Culturales, indica además en su obra *-Codificar y Decodificar*⁶- la existencia de cuatro momentos que van más allá de la idea de estos tres elementos: producción, circulación, distribución – consumo y reproducción. En la articulación de esas cuatro instancias se encuentran las prácticas sociales de codificación y decodificación de los mensajes, cuya naturaleza dependerá del contexto socio cultural en que estén inmersos los sujetos.

⁴ GARCIA CANCLINI, Néstor. “Consumidores y ciudadanos”, Grijalbo, México, 1995, p. 45.

⁵ ENTEL, Alicia. “Teorías de la Comunicación. Cuadros de épocas y pasiones de sujetos”, Fundación Universidad a Distancia Hernandarias, Buenos Aires, 1995, p. 177.

⁶ HALL, Stuart. “Codificar y Decodificar”, Culture, media and lenguaje, London, Hutchison. Publicada en el portal www.nombrefalso.com.ar, 1980. Pag. 129-139.

Asimismo, la idea de Eduardo Vizer plasmada en su obra *Pensar la Comunicación*, es importante incluirla en tanto se refiere a este punto de la siguiente manera: “hace pocas décadas atrás, cuando se intentaba explicar el objeto de la comunicación como disciplina, se comenzaba a hablar de mensajes, de la transmisión de información, los códigos, el emisor y el receptor, etc. En otras palabras, se pensaba en conceptos ingenieriles y hechos “objetivos” sujetos a la observación y la experimentación científica”...“Pero el desarrollo exponencial de las tecnologías de la información y de la comunicación – desde la imprenta a los satélites, la televisión, los multimedia y la realidad virtual – nos sumergen también de lleno en una encrucijada de problemas y de campos que evidentemente corresponden tanto a las ciencias y las tecnologías “duras” como a sus usos y efectos sobre la sociedad, los individuos, las culturas y los inciertos cambios en las nuevas formas que van tomando las organizaciones y las relaciones humanas (las redes sociales, los sistemas informáticos, las comunidades virtuales, etc.)”⁷.

Esto último que plantea Vizer nos lleva entonces a reflexionar acerca de qué es lo que ocurre en este proceso cuando intervienen los avances tecnológicos.

A lo largo del tiempo fueron varias las invenciones que tuvieron incidencia en el proceso de comunicación, ya sea para mejorarlo, para minimizar las interferencias o para permitir nuevas formas de comunicación entre las personas.

Si nos remitimos al desarrollo de las telecomunicaciones, el telégrafo había supuesto la innovación por excelencia de mediados del siglo XIX. La evolución tecnológica de la telegrafía eléctrica abrió las puertas a nuevos productos, como es el caso del teléfono, que asociaba de una manera más depurada el binomio electricidad-comunicación. Podría decirse que el telégrafo fue a la primera revolución industrial lo que el teléfono fue a la segunda, desarrollada a partir de los últimos decenios del siglo XIX.

En la actualidad algo también está ocurriendo en el proceso de comunicación con la incorporación del teléfono celular y sus distintas variantes para comunicarse con el entorno, que lleva a los jóvenes a tener un concepto distinto de la comunicación en sí misma, y de la forma de ponerla en práctica.

Y si nos referimos a la comunicación entre personas no debemos olvidarnos además de las distintas áreas que la componen, tal como lo presenta Paul Watzlawick “el estudio

⁷ VIZER, Eduardo. “La trama invisible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad”, La Crujía, Buenos Aires, 2003, p. 104.

de la comunicación humana puede subdividirse en las tres áreas: sintáctica, semántica y pragmática⁸”.

La *sintaxis* abarca los problemas relativos a transmitir información y, por ende el interés está centrado en los problemas de codificación, canales, capacidad ruido, redundancia y otras propiedades estadísticas del lenguaje.

La *semántica* tiene como principal preocupación el significado. Toda información compartida presupone una convención semántica.

La *pragmática* estudia como la comunicación afecta a la conducta.

Si bien es posible efectuar una separación conceptual entre cada una de ellas, a su vez son interdependientes.

La posibilidad de conectarse con otra persona siendo que ésta se encuentre en un medio de transporte, en su domicilio particular, o en el mismo lugar del encuentro, hace pensar en que ya no existen obstáculos de tiempo y espacio para establecer un contacto permanente con el otro. De esta manera pareciera estar todo bajo control: la comunicación se puede entablar con el otro en el momento que se desee, cualquiera fuera el lugar donde el destinatario se encuentre.

Esto establece entonces un nuevo concepto en la forma de concebir las comunicaciones interpersonales.

1.1.3 La interacción como parte del proceso comunicacional.

Hoy la conversación cara a cara o esa instancia de juntarse con los amigos para charlar, pueden ser fácilmente generadas bajo nuevas formas de comunicación en tanto dos o más personas se conecten a través del Messenger o que estén durante varias horas enviándose mensajes de texto.

Para abordar este punto particularmente, resulta importante mencionar nuevamente a Paul Watzlawick quien afirma que: “una serie de mensajes intercambiados entre personas recibirá el nombre de interacción”⁹. Asimismo y en lo que respecta a los niveles de contenido y relaciones de la comunicación el autor sostiene que “lo importante es la conexión que existe entre los aspectos de contenido (lo referencial) y relacionales (lo conativo) en la comunicación”...“la relación también puede expresarse

⁸ WATZLAWICK, Paul, BEAVIN BABÉELAS. J Y JACKSON D.D. “Teorías de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas”. Herder, Barcelona 1987, p. 23.

⁹ *Ibid.*, p. 49.

en forma no verbal gritando o sonriendo o de muchas otras maneras. Y la relación puede entenderse a partir del contexto en el que la comunicación tiene lugar”¹⁰.

Con la utilización de este medio de comunicación podría pensarse que la parte relacional queda completamente al margen. Sin embargo, por lo menos en lo referido a los mensajes de texto, como ocurre con el Messenger, ya existen nuevos códigos para expresar sentimientos tales como alegría, tristeza, enojo, entre otros. Precisamente, Watzlawick hace una serie de observaciones con respecto a la comunicación digital y analógica, en principio diciendo que “el hombre es el único organismo que utiliza tanto los modos de comunicación análogos como los digitales”¹¹. En lo que refiere al término analogía aclara que “el término debe incluir la postura, los gestos, la expresión facial, la inflexión de la voz, el ritmo y la cadencia de las palabras mismas, y cualquier otra manifestación no verbal de que el organismo es capaz, así como los indicadores comunicacionales que inevitablemente aparecen en cualquier contexto en que tiene lugar una interacción”¹².

Seguramente no es lo mismo tener enfrente nuestro a una persona que la pantalla de una PC o del teléfono celular, aunque la sensación es que el otro está ahí y que nos podemos comunicar de la misma manera que si lo hicieramos verbalmente.

Así puede percibirse entonces que el empleo de las nuevas tecnologías está cambiando el panorama comunicativo que se tenía hasta hace un tiempo, y trae también como consecuencia cambios en las formas culturales, en la forma de ser y de interpretar el mundo que nos rodea.

En función a esos cambios, la autora María Amor Pérez Rodríguez, aporta con respecto al tiempo y al espacio que “la instantaneidad, junto al dominio del espacio de la ubicuidad, nos conduce al mito del control del tiempo, ya introducido anteriormente por los medios de comunicación de masas”¹³.

Al respecto Zigmunt Bauman en su obra “Amor Líquido” expresa con relación al tiempo y espacio, los teléfonos celulares y las relaciones sociales que “la ubicuidad y continua presencia de un tercero –de la proximidad virtual- disponible de manera universal y permanente gracias a la red electrónica- vuelca la balanza decididamente a favor de la lejanía, la distancia y la imaginación”... “los teléfonos celulares vienen a señalar nuestra liberación de un espacio”... “El advenimiento de la proximidad virtual

¹⁰ *Ibid.*, p. 54,55.

¹¹ *Ibid.*, p. 62.

¹² *Ibid.*, p. 63.

¹³ Pérez Rodríguez, *Op. cit.*, p. 40.

hace de las conexiones humanas algo a la vez más habitual y superficial, más intenso y más breve”¹⁴.

Parecieran como cuestiones contradictorias, no está aquí, pero aún así nos podemos comunicar con el otro en forma instantánea, continua, fluida, cuestiones que antes se evidenciaban solamente si se estaba con la otra persona en el mismo lugar o a lo sumo mediante una llamada telefónica.

Los jóvenes eligen comunicarse a través del envío de mensajes de texto. Indagar en las cuestiones sociales, culturales, generacionales que los lleva a elegir la forma parte también del objeto de estudio de esta tesis.

1.2 Los adolescentes y las nuevas tecnologías de la comunicación.

A los jóvenes pareciera resultarles mucho más fácil adaptarse a las nuevas tecnologías, manejarlas con total fluidez y poner en práctica todas las funciones que traen incorporadas, a diferencia de los adultos que tienen una percepción diferente de la vida o de ciertos objetos para vincularse o establecer relaciones sociales. El autor Mario Margulis sostiene con referencia a los jóvenes que “las nuevas generaciones ponen en escena cambios significativos en relación tanto con sus vínculos con las personas, con el tiempo y con el espacio cuanto los objetos. Llama la atención, también la facilidad que experimentan con las nuevas tecnologías”...“esto da cuenta de una nueva racionalidad, una lógica distinta para posicionarse en el mundo”¹⁵.

Por lo tanto, podríamos preguntarnos entonces ¿qué significa para una persona pertenecer a una generación? ¿Es lo mismo haber nacido en 1970, en 1980 o en 1990? ¿Qué hay de los cambios de siglo, de los procesos históricos de cada momento? ¿Qué ocurre con los cambios tecnológicos de cada época? ¿Influye todo esto en los procesos de comunicación? ¿De qué forma?

1.2.1 Pertenecer a una generación.

Para introducirnos en este punto, se puede referenciar a Florencia Saintout quien define este concepto de la siguiente manera “Lo que hace la generación es remitir a la historia, y dar cuenta del momento social en que una cohorte se incorpora a la sociedad; es esto lo que define características comunicacionales en el proceso de socialización y hace que sus miembros incorporen los códigos culturales que imperan en una época dada y junto

¹⁴ BAUMAN, Zigmund. “Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos”, Fondo de la Cultura Económica de Argentina S.A., Buenos Aires, 2003, p. 86,87.

con ellos factores y elementos políticos, sociales, tecnológicos, etc. Esto significa que ser integrante de una generación implica haber nacido y crecido en un determinado período histórico, con su particular configuración política, sensibilidad y conflictos”...“es diferente el caudal de experiencias, la relación con la tecnología, las estructuras familiares, la sensibilidad, etc.”¹⁶.

Podría decirse entonces que todo aquello que conforma el contexto social, histórico, político, tecnológico y cultural de una generación establecerá para quienes pertenezcan a ésta una identidad propia que la harán diferente de las generaciones pasadas y las futuras.

Es sabido que el ser humano de por sí es resistente al cambio. Por esta razón, quizás no sea tan difícil descifrar las razones por las cuales los jóvenes que pertenecen a la generación de las “nuevas tecnologías informáticas y digitales” se adaptan con mayor facilidad a los usos, en este caso de los teléfonos celulares, en comparación a los usos y significados que puedan otorgarle a éstos las generaciones adultas.

Acerca de la adaptación a los cambios y a las innovaciones a nivel global, Rossana Reguillo expresa que “distintas adscripciones identitarias juveniles y los colectivos revelan la gran capacidad de adaptación de los jóvenes ante situaciones novedosas y la experimentación innovadora y esencialmente desacralizadora, como actitudes y competencias a través de las cuales se posicionan en el mundo”... “la novedad que comportan las culturas juveniles para la vida social estriba en la velocidad y capacidad de procesamiento de la información que hoy, de manera inédita, circula en el planeta”¹⁷.

1.2.2 Jóvenes. Construcción de la identidad.

¿Qué es lo que hace iguales a las personas que forman parte de un grupo? ¿Qué es lo que comparten? ¿Qué vínculos se generan entre ellos? ¿Qué tipo de lazos y relaciones los mantienen unidos? Las respuestas a estos interrogantes nos dan cuenta de lo que identifica a un grupo específico de personas, en un contexto y en un momento determinado.

En este punto la autora Reguillo afirma que “la identidad grupal se convierte en el referente clave que permite leer la interacción de los sujetos con el mundo social”... “el rock, el uso de la radio y de la televisión, la violencia, la política, el uso de la

¹⁵ MARGULIS, Mario. “La Juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud”. Ed. Biblos, Buenos Aires, 2000, p. 130.

¹⁶ SAINTOUT, Florencia. “Abrir la Comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico”, EPC Educación, Buenos Aires, 2003, p.125.

¹⁷ REGUILLO, Rossana. “Emergencias de Culturas Juveniles. Estrategias del desencanto”, Norma, Buenos Aires, 2000, p. 65, 66.

tecnología, se convierten aquí en el referente para rastrear relaciones, usos, decodificaciones y recodificaciones de los significados sociales en los jóvenes”...“se trata de modos de estar juntos a través de las prácticas”¹⁸.

Vinculado específicamente a los jóvenes con el envío de SMS y lo que esto provoca en el grupo, Howard Rheingold hace referencia en su obra *Multitudes Inteligentes* a una tesis doctoral realizada por Eija-Liisa Kasasniemi en Finlandia acerca de mensajes de texto entre adolescentes, en la que ella expone lo siguiente: “El fenómeno del SMS ha generado costumbres, normas sociales y terminologías propias. Uno de los rasgos más sorprendentes del envío de mensajes de texto entre los adolescentes de Finlandia es que incorpora, en gran medida, la conducta colectiva. Los mensajes de texto circulan entre los amigos, se escriben y se leen colectivamente, y se reproducen expresiones adecuadas, o mensajes enteros, procedentes de otras personas”. “Los adolescentes emplean los mensajes para poner a prueba sus propios límites y distanciarse de los roles infantiles. La mensajería de texto es un modo de compartir relaciones”¹⁹.

Si bien hablar de jóvenes en cualquier país nos reportaría a características más o menos homogéneas de edades y hábitos de conducta, las costumbres que comparten son diferentes como así también el contexto social, político, económico y cultural que los condiciona. Esto le dará una impronta propia y distintiva a cada grupo de jóvenes que elijan el envío de mensajes de texto en cuanto a los temas por los cuales se comunican, los códigos que surjan de esta forma de comunicación, la importancia para sus vidas y la continuidad en las relaciones, entre otros.

Los jóvenes son los mayores exponentes de la adhesión al cambio y a las nuevas tecnologías. Con respecto a este punto, Mario Margulis define a los jóvenes de la siguiente forma: “sensibles a las nuevas tecnologías y al predominio de la imagen, los jóvenes encuentran en ésta un ámbito propicio para capturar y expresar la variedad cultural de nuestro tiempo y orientar, más en el nivel de los signos que en el accionar sobre el mundo, su apetito de identidad”... “Este nuevo entorno... dominado por un incremento gigantesco del bullicio massmediático y por la rapidísima transformación en las técnicas informáticas, de comunicación social y de entretenimiento, es el que preside la entrada de los jóvenes, estos nuevos actores sociales, en la vida social”²⁰.

1.3 El uso del SMS entre los adolescentes. Nuevas prácticas comunicacionales.

¹⁸ *Ibid.*, p. 40.

¹⁹ RHEINGOLD, Howard. “Multitudes inteligentes. La próxima revolución social”, Gedisa, Barcelona, p., 44.

1.3.1 Adaptación y usos de las nuevas tecnología.

El uso social de la tecnología en las distintas épocas va planteado distintos escenarios. Dentro de grandes espacios históricos de tiempo se modifican, junto con toda la existencia de las colectividades humanas, el modo y la manera de su percepción sensorial. Retomando el concepto de “sensorium” mencionado al inicio del capítulo se puede sumar el aporte de Jesús Martín Barbero con su artículo “Técnicidades, identidades, alteradizas: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo” en el que hace alusión a que la tecnología nos lleva a nuevos modos de percibir y de lenguaje, a nuevas formas de sensibilidades y escrituras. Agrega además que “nos hallamos también ante un tipo de textualidad que no se agota en el computador, el texto electrónico se despliega de una multiplicidad de soportes y escrituras que, de la televisión al videoclip y del multimedia a los videojuegos, encuentran una compleja y creciente complicidad entre la oralidad y la visualidad de los más jóvenes. Es en las nuevas generaciones donde esa complicidad opera más fuertemente porque su lecturas ya no tiene al libro como eje y centro de la cultura”²¹.

El hecho de que los adolescentes de hoy estén a toda hora y en todo lugar enviándose mensajes de textos con sus compañeros, amigos o grupo de referencia hace pensar en la idea de algo en común que compartan a través de esa forma de comunicación y que les permita sobre todo entenderse.

Rossana Reguillo en este punto expresa que “decir que los jóvenes piensan en videoclip, es una forma de aludir a los modos condensados de representación y acción de las culturas juveniles, que con nuevos lenguajes, o mejor, nuevas síntesis, parecen señalar a través de sus prácticas y expresiones cotidianas que han rebasado los modelos post y configurativos”²².

“Las experiencias más próximas de los aprendizajes de los niños y adolescentes se cimientan sobre las imágenes, los signos verbo icónico, lo audiovisual”...“En las sociedades contemporáneas, los procesos de socialización de las personas resultan de la influencia de los medios y las tecnologías. De ahí que el concepto de lenguaje no pueda seguir interpretándose como sinónimo de verbal, puesto que la mayor parte de las situaciones de comunicación en las que intervienen los individuos utilizan otros

²⁰ Margulis, *Op. cit.*, p. 10.

²¹ MARTÍN BARBERO, Jesús. “Técnicidades, identidades, alteradizas: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo”, *Diálogos de la Comunicación*, Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO, Guadalajara, p. 21,22

²² Reguillo, *Op. cit.*, p. 67, 68.

lenguajes, muy dominantes, que no son solo verbales”²³ tal como lo describe María Amor Pérez Rodríguez.

1.3.2 Los nuevos códigos del SMS.

El uso casi hegemónico de nuevas tecnologías como el SMS para la comunicación actual, da cuenta además de ciertas modificaciones en las formas de escritura. “La capacidad de enviar y recibir mensajes se convirtió en la principal atracción, siendo la voz un requisito paterno y casi accesorio”²⁴.

En los SMS se suelen abreviar palabras y muchas veces se escriben letras pensando sólo en la fonética que ayuda a descifrar el mensaje, por ejemplo: “alque” (aunque), “xq” (por qué), “salu2” (saludos); y así infinidad de abreviaturas, y hasta la consolidación de un código -sobre la base de abreviar palabras- para introducir el máximo de información en la cantidad de caracteres que usualmente permite la pantalla del celular. En la creación de este código mucho tienen que ver las generaciones más jóvenes.

Los jóvenes, con sus necesidades de comunicación, pertenencia, personalización y privacidad, encuentran en el teléfono celular y en los SMS los dispositivos perfectos para satisfacer sus necesidades de ruptura con este orden público moderno que pueden imponer la mayoría de las instituciones modernas.

1.3.3 Códigos y diccionarios para SMS.

En 1984 el Instituto Estadounidense de Estándares (ANSI) desarrolló el American Standar Code for Information Interchange (ASCII) desde entonces el “Código Americano para Intercambio de Información” es el formato más común para archivos de textos en el mundo digital. Las actuales “caritas” en los software de mensajería instantánea están basados en los antiguos códigos ASCII y aunque para muchos y no sea percibido siguen cumpliendo una función muy importante dentro de los sistemas de comunicación.

Es en el sistema de mensajes de la telefonía celular donde mejor se puede ver y apreciar el uso de este nuevo código comunicacional.

Quizás el inicio de estos códigos fue su misma limitante. La cantidad de caracteres en los teléfonos celulares varía entre 125 a 550 de acuerdo al equipo que se trate y esa limitación aparentemente ha creado un uso limitado y liberado en la gramática, este

²³ Pérez Rodríguez, *Op. cit.*, p. 156,157.

²⁴ GRUFFAT, Carolina. Nota: “Los adolescentes y sus usos del celular”. Publicada en el portal: <http://webblog.educ.ar> , 10 de abril de 2006.

sistema de contracción de caracteres ha evolucionado de tal manera que para muchos ya es un problema.

Este nuevo código entre los adolescentes ya cuenta con un diccionario de mensajes de celulares de acuerdo a lo expresado en la nota -El fenómeno social de los mensajes de texto por celulares- publicada por Paula Lorenzón en Educar, el Portal educativo del Estado argentino²⁵. Se trata de una iniciativa de la Asociación Española de Usuarios de Internet, y cuenta con el apoyo de varias empresas de telefonía celular. El diccionario puede consultarse en: <http://www.diccionariosms.com> y su objetivo es recopilar los términos y abreviaturas que utilizan los jóvenes para escribir en sus teléfonos móviles o cuando lo hacen en Internet. Se presentan como una herramienta de consulta creada por los jóvenes, desde abajo hacia arriba para profesores, estudiosos de la lengua española, medios de comunicación, padres y educadores.

Es decir que, de acuerdo a la construcción de este diccionario, los jóvenes son concientes de que son ellos principalmente quienes manejan estos códigos, que están presentes entre los de su misma edad y que los adultos, no todos, pero en su gran mayoría deben ser capacitados para poder entender este nuevo lenguaje ya que se trata de un código que está fuera de su comprensión.

Asimismo, y en consideración a lo que ocurre diariamente con el envío de SMS entre adolescentes en nuestro país, medios nacionales toman esta temática y brindan información que resulta interesante considerar a los fines del presente trabajo de investigación²⁶.

Como ya se hizo mención anteriormente, las prácticas comunicacionales deben analizarse en virtud de la sintaxis, la semántica y la pragmática. Es por ello que hablar solamente de los cambios en la escritura con estos nuevos códigos instalados daría una visión muy limitada. Se deben identificar otros componentes vinculados al plano social y cultural que lleven a los adolescentes a la compra de celulares y a la elección de envío de mensajes de texto para comunicarse, en mayor medida a la comunicación oral, que también es posible con esta tecnología.

²⁵ El proyecto **diccionariosms.com** se llama: **“exo x ti y xa ti”** en el propio código o **“Hecho por ti y para ti”** y debido a que este tipo de comunicación es utilizada diariamente por millones de jóvenes, los promotores aseguran que “esta realidad va a influir en la evolución de la lengua y la gramática.” Sobre este punto hay opiniones diferentes. (LORENZO, Paula. <http://webblog.educ.ar/sociedad-información>, 13 de enero 2006, p. 2).

²⁶ Una nota publicada por LNR (La Nación Revista) del 26 de agosto de 2007 titulada “Mundo Móvil” arroja cifras sorprendentes del uso del SMS en la Argentina. Expresa que “la aplicación estrella en los últimos cuatro años fueron mensajes cortos de texto (SMS). El 20 de julio último, por el Día del Amigo, los clientes de Personal enviaron 180 millones de SMS”. Nota de tapa, La Nación Revista “Sin ti no se vivir”, 26 de agosto de 2007, p. 8.

1.4 Los adolescentes como público consumidor.

Para poder comprender a los jóvenes como consumidores, primero sería importante definir que es consumo, qué significa consumir. Si se sostiene entonces por lo expresado en párrafos anteriores que el hecho de consumir no está restringido únicamente a la compra, sino que tiene otras implicancias en el ser humano, la definición de Néstor García Canclini es válida para la posición tomada en este punto. El autor parte de definir al consumo como “*el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos*”²⁷.

Es decir que el adquirir un producto tiene para las personas un sinnúmero de significados vinculados a las vivencias personales, a lo que representa contar un determinado bien o producto en una época específica, a la posición frente al otro, en definitiva en la configuración de su identidad con respecto al contexto social, económico, cultural, político, etc. que lo rodea.

El mercado de la tecnología comenzó a desarrollarse en un momento determinado y hoy no tiene forma de parar. Las investigaciones continúan y todo el tiempo están lanzándose propuestas más novedosas y avanzadas, que hasta incluso hacen obsoletos a los productos que fueron adquiridos recientemente.

Haciendo referencia a esta realidad, que no se da sólo en el ámbito local sino también en el internacional, Mario Margulis sostiene que “los ritmos de la producción económica y la velocidad de expansión de la tecnología tienen su correlato en la velocidad del mundo simbólico”...“la demanda es impulsada por esta efervescencia: la revolución tecnológica estimula la multiplicación y la vida efímera de las formas simbólicas, opera sobre la percepción y el gusto, incide en la administración y renovación total de sentido”²⁸. Asimismo, el autor hace un anclaje directo con esta temática y los jóvenes cuando manifiesta “en el contexto de esta aceleración tecnológica y cultural juega un papel fundamental el “sistema de la moda” y su impacto en las redes de sentido instituidas en los contenidos y los límites del mundo juvenil”²⁹.

Los autores presentados hasta el momento coinciden en algunos puntos que tienen que ver con los adolescentes y la forma en que conciben la vida: lo efímero, la instantaneidad, el mundo de lo simbólico a través de lo icónico, la interactividad, la velocidad de la información, la adaptación a los cambios tecnológicos, la representación

²⁷ García Canclini, *Op. cit.*, p.44.

²⁸ Margulis, *Op. cit.*, p. 133.

²⁹ Margulis, *Op. cit.*, p. 133.

con su grupo de pertenencia y la definición de su identidad como un tipo específico de joven y no otro.

Y quizás esta cuestión de los mensajes de texto tenga un verdadero valor en la etapa de la juventud y cambie hacia la adultez. Podría tratarse de una cuestión de moda pero que no se puede afirmar hasta tanto se encuentren signos que den cuenta de esto.

1.4.1 Moda y juventud.

Cuando se habla de moda generalmente se asocia directamente con la utilización de determinada vestimenta en una época específica. Sin embargo, este concepto va mucho más allá de las tendencias del mercado de la indumentaria.

La moda le es funcional a un grupo de la sociedad o quizás a varios grupos repartidos por el mundo, de acuerdo a las tendencias de la globalización, ya que les permite expresar y exteriorizar a través de distintas opciones cierta forma de pensar y sentir con respecto a un tema específico. Al mismo tiempo permite crear pertenencia con aquellos que adoptan una moda y diferenciarse de los grupos que no las aceptan o rechazan. Es decir entonces que la moda se suma a otros conceptos ya desarrollados como el de la pertenencia a una generación y la construcción de identidades para caracterizar las variadas formas de expresión de un cierto grupo de personas en un momento determinado e influenciado por una cierta realidad política, social, cultural, económica, entre otros.

En lo que al mundo de los jóvenes refiere, Rossana Reguillo aporta con respecto a la moda que “el vestuario, el conjunto de accesorios que se utilizan, los tatuajes y los modos de llevar el pelo, se han convertido en un emblema que opera como identificación entre los iguales y como diferenciación entre los otros”³⁰. Para Mario Margulis también “la moda afirma la producción de diferencias”³¹ y con relación a este segmento de la sociedad agrega que “los jóvenes que orientan sus consumos en función de modas buscan pertenencia, reconocimiento, legitimidad”³². Por tal motivo, no es lo mismo pertenecer a un grupo en el cual todos poseen teléfono celular y se comunican enviándose mensajes de texto, de los que pertenezcan a un grupo donde este tipo de objetos tenga otra significación para sus integrantes. Hoy el uso de las tecnologías para algunos puede estar vinculado a lo laboral, a lo personal y porqué no, también a una moda.

³⁰ Reguillo, *Op. cit.*, 97.

³¹ Margulis, *Op. cit.*, 134.

Considerando entonces que el uso del teléfono celular pudiera connotar el hecho de “estar a la moda”, en tanto a que se trata de una nueva tecnología, es importante para quienes lo posean saber como se utiliza o como pueden ponerse en práctica de manera efectiva las distintas opciones que plantea para comunicarse. En este punto coincidimos con lo expresado por Mario Margulis cuando expone que “poseer los recursos no es suficiente, el sujeto de la moda debe también disponer de las habilidades y condiciones “aceptables” para que su mensaje sea eficaz”³³. Es decir, si se tiene un celular es para comunicarse, y si se imponen como nuevas modalidades el envío de SMS, fotografías, ringtones, etc., quien lo posea deberá estar a la altura de las circunstancias para estar en sintonía con el resto del grupo de referencia.

1.4.2 Los Jóvenes, consumidores de celulares. Competencias comunicativas y pertenencia a un grupo.

Para poder desarrollar este tema, retomar ideas de García Canclini plasmadas en *Consumidores y Ciudadanos* resultarán de suma utilidad para comprender el cambio en el concepto de identidad, especialmente apuntado al segmento de los jóvenes.

En principio hay dos puntos centrales a considerar en la definición de identidad como ser el territorio y la lengua. “Las identidades posmodernas son transterritoriales y multilingüísticas. Se estructuran menos desde la lógica de los Estados que de los mercados; en vez de basarse en las comunicaciones orales y escritas que cubrían espacios personalizados y se efectuaban a través de interacciones próximas, operan mediante la producción industrial de cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes”³⁴. La definición de identidad vinculada al espacio social necesita actualmente complementarse con una definición sociocomunicacional para ser coherente a los tiempos que corren y a los hechos que se van sucediendo en los diferentes grupos sociales.

Hay cuatro circuitos socioculturales, en los que la transnacionalización y las integraciones regionales operan de distintas maneras:

- *El histórico territorial*: conjunto de saberes, hábitos y experiencias organizado a lo largo de varias épocas en relación con territorios étnicos, regionales y nacionales, y que se manifiesta sobre todo en el patrimonio histórico y cultura popular tradicional.

³² Margulis, *Op. cit.*, 138.

³³ Margulis, *Op. cit.*, 139.

³⁴ García Canclini, *Op. cit.* 30, 31.

- *El de la cultura de elites:* formado por la producción simbólico escrita y visual (literatura, artes plásticas). Este sector forma parte del patrimonio en el que se define y elabora lo propio de cada nación. Se diferencia del histórico-territorial porque abarca las obras representativas de las clases altas y medios con mayor nivel educativo, que se ha integrado en los últimos decenios a los mercados y procedimientos de valoración internacional.
- *El de la comunicación masiva:* dedicado a los grandes espectáculos de entretenimiento (radio, cine, televisión, video).
- *El de los sistemas restringidos de información y comunicación:* destinados a quienes toman decisiones (satélites, fax, teléfonos celulares y computadoras).

Los estudios sobre consumo cultural dan cuenta de que cuantos más jóvenes son los habitantes sus comportamientos dependen de los circuitos de comunicación masiva y de los sistemas restringidos de información y comunicación.

Y este no es un dato menor para poder comprender la elección de los jóvenes por los teléfonos celulares. Hoy la televisión está colmada de publicidades de distintos modelos de celulares, todas ellas con bastas promociones de distintas opciones, entre las cuales se destaca además la cantidad de SMS que pueden enviar mensualmente. El uso del teléfono celular, forma parte de programas de entretenimiento también como una vía de comunicación con el público y, en las telenovelas y programas para adolescentes, son implementados por los personajes para comunicarse, ya sea oralmente o con envío de mensajes de texto. Es decir, que los medios de comunicación masiva de alguna manera reafirman la utilización de esta nueva forma de comunicarse como válida.

Los jóvenes, además de ser interpelados por las instituciones tradicionales en crisis, también están siendo interpelados desde otro lugar por el sistema económico, el crecimiento de la oferta de productos culturales producidos con parámetros esencialmente redituables y difundidos gracias a los avances tecnológicos, que están participando en las experiencias, aprendizajes y representaciones de los mismos. Estos productos están reconfigurando qué implica ser joven, desde una etapa de transición en la cual el sujeto debía prepararse para el futuro, hacia otra en la que la idea de “tiempo de espera” ha cedido frente a la impronta de un tiempo que está siendo vivido como presente y donde la lógica de cómo “ser-contándose” está hecha según las reglas de los dispositivos de comunicación e información tecnológicos.

Es importante, al momento de analizar el fenómeno de los SMS como forma de comunicación adquirida por los adolescentes, considerar que la vida cotidiana de los

jóvenes está atravesada por múltiples espacios de comunicación que modelan la manera de relacionarse entre sí, de relacionarse con la comunidad y de relacionarse también con los medios masivos de comunicación.

“La comunicación a través de teléfonos celulares y la circulación de mensajes de texto 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, temas musicales, y formas en que estos los avisan y con los cuales uno muchas veces no sabe de qué se trata (si suena un teléfono, una alarma, si se encendió una radio, o si simplemente un animalito está en el lugar) hace que algunos sujetos entiendan esta clave de significación y que otros queden al margen de la misma, reactualizando el conflicto social en algunos actores al señalar una distinción simbólica de uso y apropiación entre aquellos que conocen estos códigos y los que los desconocen”³⁵.

1.4.3 Los jóvenes y el mercado de la telefonía celular.

En puntos anteriores de este capítulo se mencionaron dos ideas que pueden realizar aportes a la relación entre los jóvenes como consumidores y las empresas de telefonía celular.

Por un lado, una vinculada a la relación usuarios de telefonía celular–empresas de telefonía en virtud del constante lanzamiento de nuevas variantes de productos, que implicará para a los consumidores continuar en su construcción identitaria con el grupo de pertenencia en función de la adquisición de los mismos.

Y por otro, que los jóvenes son los que más rápido se adaptan a estas nuevas tecnologías por la realidad que viven a diario en el contacto y uso de los celulares, Internet y las nuevas formas de vincularse que se instalan como consecuencia del envío de mensajes de texto y el Chat. Asimismo, y en consideración a los datos aportados por Reguillo, “la mitad de la población mundial está por debajo de los 20 años y en el caso de América Latina, la población menor de 24 años, representa el 30%”³⁶, razón más que considerable para que las empresas de software, las divisiones de investigación de mercado de las redes de medios de comunicación transnacionales y los fabricantes de productos y tecnologías juveniles visualicen en ellos un excelente objetivo de mercado.

³⁵ Grupo de Trabajos – Crítica e innovación, telefonía celular. “Jóvenes, identidad y telefonía móvil: algunos ejes de reflexión”. Nota publicada en el portal: <http://www.cibersociedad.net>, 2006.

Seguramente de esta combinación deviene la innumerable cantidad de variados modelos de teléfonos celulares que hoy tienen en el mercado NOKIA, MOTOROLA, LG y SAMSUNG para los diferentes segmentos que adquieren sus productos.

Sobre esta idea, García Canclini llevándolo a la realidad mundial, se vale de Renato Ortiz quien al respecto expresa “es necesario entonces entender como segmentos mundializados- por ejemplo, los jóvenes, los viejos, lo gordos, los desencantados – comparten hábitos y gustos convergentes. El mundo es un mercado diferenciado constituido por capas afines. No se trata, pues, de producir o vender artefactos para todos sino promoverlos globalmente entre grupos específicos”³⁷.

Seguramente, estos grupos específicos que menciona el autor sean los que para el mundo de las comunicaciones institucionales en las empresas representan “los públicos”.

1.5 Las empresas y su vínculo con los públicos.

Hasta aquí la mirada estuvo puesta en los jóvenes y las nuevas prácticas comunicacionales derivadas del uso del chat y del envío de mensajes de texto para comunicarse, las características particulares de los adolescentes en su afán de definir su identidad, entre otros. Sin embargo, para poder completar las distintas perspectivas vinculadas con el objeto de estudio del presente trabajo de investigación, es necesario hacer foco en las empresas de telefonía celular y su comunicación con los distintos grupos de interés. Más aún teniendo en consideración los cambios que se han establecido en el proceso de comunicación a raíz de la incorporación de nuevas tecnologías y que no sólo se ha instalado con gran aceptación entre los adolescentes, sino que también se está implementando como una nueva práctica comunicacional entre distintos sectores de la sociedad.

1.5.1 Empresas de telefonía celular. Nuevos desafíos en las comunicaciones institucionales.

Dentro de las categorías de empresas que conforman el mercado de la telefonía celular se encuentran por un lado las que producen los equipos telefónicos y por el otro, las que brindan el servicio de red para conectarse.

³⁶ REGUILLO, Rossana. “La performatividad de las culturas juveniles”, Revista de Estudios de Juventud N° 64: “De las tribus urbanas a las culturas juveniles”, editado por el Instituto de Juventud, Madrid, España, 2004. Publicado en el portal: <http://www.mtas.es/injuve/biblio/revistas/bienvenida.html>.

³⁷ García Canclini, *Op. cit.*, 113.

Actualmente las empresas más reconocidas en el mercado de teléfonos móviles como proveedoras de equipos celulares se encuentran NOKIA, SAMSUNG, MOTOROLA y LG, y como prestadoras de servicio de red para conectarse CLARO (ex CTI), PERSONAL Y MOVISTAR. De alguna manera, el adquirir un producto ya deja implícito un contrato entre esa persona como cliente o consumidor y la empresa que vende el producto o presta el servicio.

Es por ello, que es importante generar una relación, un vínculo entre las empresas y sus consumidores, no sólo con el fin de que éstas logren fidelizar clientes; si no para que además tengan conocimiento del grado de satisfacción de los clientes con los productos que han adquirido, del funcionamiento de los distintos servicios y utilitarios que el producto comprado les brinda como opciones. En el caso de los teléfonos celulares es importante para el usuario tener un soporte de red que le garantice la cobertura del servicio en distintos lugares del país o incluso a veces en el exterior, tener la certeza de que los SMS que envía llegan a destino, que lo que se le cobra es una tarifa justa de acuerdo a la utilización que hace del teléfono celular, que funcione la radio o la conexión a Internet si el modelo del celular lo tiene incorporado, entre otros.

Todo producto que se compre o servicio que se adquiera tiene detrás una empresa que responde por ellos y, es por esta razón que todo resultado positivo o negativo va a repercutir en el producto y además, en la organización o la marca que lo identifique.

1.5.1 Del producto a la imagen corporativa.

Así como las nuevas tecnologías influyen en distintos aspectos de nuestras vidas y los van modificando o dan la posibilidad de incorporar nuevas prácticas, las empresas deben estar atentas a las nuevas tendencias del mercado y actuar acorde a ello.

Algo de esto trae el autor Joan Costa, en su obra *Reinventar la publicidad*, reflexiones desde las ciencias sociales, cuando hace referencia a la situación que están enfrentando las organizaciones debido a que ya no cobran valor fundamental los productos o servicios en sí mismos. Por el contrario, hoy tiene más importancia el comportamiento que las empresas tienen hacia sus clientes desde cualquiera de sus acciones hasta la propia comunicación institucional³⁸.

³⁸ Las nuevas mutaciones hacen necesario crear un estilo profesional de servicio basado en la calidad. Una nueva cultura de empresa centrada en la calidad del servicio y orientada al individuo. Esto significa conocer bien al cliente real y al potencial, analizar la competencia, crear equipos de trabajo y estar atentos a la mejora de la calidad... La calidad no es, sin embargo, exclusiva de los productos ni del servicio, sino que será extensiva a todas las manifestaciones, actuaciones, relaciones y comunicaciones de la empresa. Costa, Joan (1992:122).

Paul Capriotti, destacado autor en esta temática realiza los siguientes aportes en cuanto a los conceptos fundamentales que hacen a las comunicaciones de las empresas y que deben ser tenidos en cuenta al momento de idear estrategias en materia de comunicaciones institucionales.

Uno de ellos es la *comunicación organizacional* entendida como “la forma de comunicación específica que engloba la relación comunicativa entre una organización y sus públicos”³⁹. En este caso el *público*, definido como “el conjunto de miembros de un grupo social que, sin estar necesariamente unidos físicamente, reaccionan ante un estímulo común, o bien se encuentran unidos mediante vínculos mentales por un interés común definidos hacia determinados temas o aspectos de la vida cotidiana”⁴⁰, de acuerdo a Sánchez Guzmán en su obra “Marketing Comunicación”, de quien se vale Capriotti para expresar este término.

Con referencia a esta última definición es importante agregar lo expresado por Justo Villafañe, otro autor reconocido en el ámbito de las comunicaciones corporativas, con respecto a que “el repertorio de públicos puede tener una extensión muy variable dependiendo de la dimensión y actividad de la empresa”⁴¹. Por último, nos resta sumar el concepto de *imagen de empresa*, definida por Capriotti como “la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información sobre la organización”⁴². Es decir entonces que las compañías no solamente deben reconocer a sus públicos en general sino que, dependiendo de las características de cada uno de ellos, deberán adecuar sus mensajes para llegar a éstos de una manera efectiva y crear en ellos una imagen positiva que los identifique.

Hoy las empresas de telefonía celular cuentan con una cantidad muy variada de públicos compradores y usuarios de sus productos. Sin embargo, la facilidad de adaptación a estas nuevas tecnologías y las nuevas prácticas comunicacionales que con ellas han adquirido las generaciones más jóvenes, hacen que se transformen en un público al cual las empresas deben empezar a conocer en forma más exhaustiva.

Con referencia a este planteo, la Revista Imagen, publicó en mayo de 2007 una nota titulada “El Desafío de Comunicar en la Era Digital”. En ella, Antonio Ambrosini periodista y profesor de la Cátedra de Medios y Entretenimientos de la Universidad de

³⁹ CAPRIOTTI, Paul. “La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada”, El Ateneo, Madrid, 1992. p. 12.

⁴⁰ SÁNCHEZ GUZMÁN, J.R. “Marketing comunicación”, Ed. Ciencia 3, Madrid, 1989, p. 141.

⁴¹ VILLAFANE, Justo. “Imagen Positiva. Gestión Estratégica de la imagen de las empresas”. Ediciones Pirámide, Madrid, 1993, p. 224.

⁴² Capriotti, *Op. cit.*, p. 30.

Palermo, hace una reflexión importante sobre este nuevo escenario: “la comunicación corporativa tiene un desafío interesante: como acompañar la transformación en las conductas y en los consumos que impone el avasallante desarrollo de la tecnología”... “En un mismo espacio de tiempo vivimos los de la Galaxia Gutenberg con los jóvenes de la Galaxia audiovisual. Mi generación se educó con el libro como eje de la cultura. Hoy los jóvenes están sometidos a un sinnúmero de estímulos de percepción, Internet, los MP3, la telefonía móvil, los videojuegos, la televisión de alta definición, los DVD, etc.”...“los jóvenes están expuestos a un universo de efectos virtuales, audiovisuales, que están cambiando la forma de divertirse, aprender y probablemente producir”... “por lo tanto es fundamental que las empresas e instituciones adviertan que para llegar a estos públicos tienen que utilizar medios distintos. Que hay un público adulto que se siente más cómodo con los medios tradicionales, y otro público joven que disfruta con el bombardeo audiovisual”⁴³.

1.5.3 Planificación estratégica de las comunicaciones institucionales en el Siglo XXI. Que más debemos considerar.

Para completar un poco más acerca de estos fenómenos socioculturales y tecnológicos que van modificando la vida de las personas y de las empresas, como así también el concepto y la forma de vincularse entre unos y otros, el autor mencionado ya anteriormente Joan Costa, nos presenta en su obra “DirCom On-line” una serie de fenómenos que marcan de alguna forma un antes y un después en la forma de gestionar y llevar adelante las comunicaciones institucionales, y que se consideran de relevancia para el presente trabajo de investigación.

- a) La revolución de los servicios. “En esta nueva perspectiva, el cara a cara ya no es del consumidor con el producto. Es el interfaz del cliente con el empleado, es decir, con la empresa, en la medida que éste la representa explícitamente. Así es que las nuevas necesidades del management requerirían nuevas soluciones basadas en la cultura del servicio”⁴⁴.
- b) El redescubrimiento de los públicos estratégicos. “La empresa de la era de la información no es sólo la “fuerza productiva”, la “fuerza de ventas o comercial”. Hoy, todos los actores deben considerarse públicos estratégicos ya que si uno de ellos tiene intereses en la empresa, ésta debe tenerlo en todos ellos y en la

⁴³ AMBROSINI, Antonio. Nota: “El desafío de Comunicar en la Era Digital”. Revista Imagen. Año 11, N° 76 -Mayo 2007, p. 40,41.

⁴⁴ ALJURES, Andrés, BOCCO, María Eva, COSTA, Joan, RITTER, Michel y otros. “DirCom On-line. El master de dirección de comunicación a distancia”, Design Group Editorial, La Paz, 2005. p. 15.

sociedad entera. Todos están conectados entre sí y con la empresa en la nueva estructura en forma de red”⁴⁵.

- c) La estructura de gestión en red. “Los fabricantes de productos de consumo tienen consumidores, pero las empresas de servicios tienen clientes. Se impone la fidelización, la gestión del vínculo. El nuevo organigrama sobrepasa los límites físicos de la empresa, y es una red de vínculos”⁴⁶.
- d) La experiencia emocional vs. percepción pasiva. “Los individuos buscan el contacto directo, vivido y vivenciado con los hechos reales: las experiencias funcionales, pero por sobre todo, las experiencias emocionales en directo y en primera persona”⁴⁷.

Al momento de delinear una acción estratégica de comunicaciones, las empresas y principalmente los Directores de Comunicaciones Institucionales no deben olvidar estos conceptos aquí esbozados, ya que de una buena interpretación de los mismos y de una adecuada adaptación a la realidad y posibilidades de cada organización, seguramente se podrá construir en la mente de los públicos esa imagen deseada de la organización.

⁴⁵ Ibid, *Op. cit.*, p. 16.

⁴⁶ Ibid, *Op. cit.*, p. 17.

⁴⁷ Ibid, *Op. cit.*, p. 17.

CAPÍTULO 2

“ENFOQUE Y RESOLUCIÓN DE INTERROGANTES”

2.1. Tipo de estudio a implementar.

El presente trabajo de investigación se enmarca bajo un estudio de tipo Cualitativo y Exploratorio.

La perspectiva cualitativa “es un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas”⁴⁸.

En esta investigación se entrecruzan las nuevas formas de comunicación a raíz del uso del Messenger y los mensajes de texto entre los jóvenes, las razones que llevan a este público específico a comunicarse a través de esta nueva modalidad; como así también la utilización de los SMS como una forma de interacción con las empresas de telefonía celular. La perspectiva cualitativa permitirá entonces asociar elementos vinculados a la forma de comunicación entre los jóvenes, a los avances tecnológicos y a la comunicación institucional de las empresas. Aunque éstos no estén asociados, se relacionan para producir un nuevo conocimiento. Se trata de un enfoque integrador que pretende indagar en cuestiones culturales, generacionales y comunicacionales.

El carácter exploratorio de esta metodología permitirá así la familiarización con la situación del problema vinculada a los SMS y los jóvenes, identificar variables más importantes de este fenómeno a tener en cuenta por parte de las empresas de telefonía celular, reconocer otros cursos de acción con relación al envío de mensajes de texto y proponer pistas idóneas para trabajos posteriores. Además, se procurará detectar en que situación se encuentran actualmente las empresas de telefonía celular en cuanto a este fenómeno, y así entonces, poder definir estrategias de acción comunicacionales acordes a los hechos que se evidencien a través de la investigación. Es importante aclarar que la mirada siempre estará centrada en la percepción que los adolescentes tienen con referencia al uso de los mensajes de texto, ya sea para comunicarse ellos mismos con las compañías de telefonía celular o como receptores de las comunicaciones que las empresas de telefonía emiten hacia ellos como usuarios y/o consumidores de estos servicios.

⁴⁸ OROZCO GOMEZ, Guillermo. “La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa”. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, México, 2000, P. 83.

De acuerdo al enfoque planteado, es que el presente trabajo de tesis se encuadra dentro del *Paradigma Interaccionista* ya que “lo importante radica en ver que elementos están interconectados con otros y están interactuando para producir algo”⁴⁹.

2.2. Técnicas de recolección y producción de datos.

2.2.1. Unidades de análisis

Se entrevistaron veinte jóvenes en un rango etario de entre 13 y 23 años, que utilizan teléfono celular y que tienen como hábito el envío de SMS para comunicarse.

La investigación se realizó en el partido de Morón, ubicado en el oeste de la Provincia de Buenos Aires. Este partido está compuesto por las localidades de Haedo, El Palomar, Villa Sarmiento, Castelar y Morón, y cuenta con varias instituciones educativas estatales y privadas, de nivel EGB y colegios secundarios como así también Universitarias (Universidad de Morón y Universidad Tecnológica Nacional en Haedo).

A este partido pertenecen dos complejos de entretenimientos y esparcimiento a los que asisten varios de los jóvenes de la zona. Uno de ellos es Showcenter – Haedo, que posee 14 salas de cine, patio de comidas y un salón de juegos electrónicos Playland. Dentro del predio funciona además la discoteca Flight City para jóvenes de esta edad en el horario de 19:00 a 24:00 los días viernes y sábados. El otro se trata del Plaza Oeste Shopping, ubicado en la localidad de Morón, próximo al Acceso Oeste. Éste ofrece distintos locales con marcas conocidas para la compra de distintos productos, a los que se suman los puestos de las distintas compañías de telefonía celular en el centro de los pasillos. También tiene un centro de juegos electrónicos y 8 salas de cine.

Muchos de los jóvenes del rango etario a los que se entrevistaron y observaron, que viven y en su mayoría estudian en las localidades mencionadas, acostumbran a organizar sus salidas con amigos y grupos de referencia entorno a estos lugares, razón por la cual se consideró que este partido ofrecía el acceso a jóvenes con las características específicas planteadas a los fines de la tesis.

2.2.2 Criterio de selección de casos.

En tanto que se trató de una investigación cualitativa, no es determinante la cantidad de entrevistas realizadas sino la calidad de la información obtenida. Se pretendió obtener información relevante que permita conocer el objeto de estudio de la presente tesis.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 34.

Para realizar el cruce de información obtenida y definir puntos de coincidencia en los temas que se investigan, se utilizó *la muestra por saturación*⁵⁰ -que exige que el número final de entrevistados se establezca cuando los relatos (obtenidos en la población o grupo específico investigado) ya no ofrezcan sino redundancia respecto de los anteriormente registrados- en una cantidad de entrevistas realizadas.

Es decir entonces que en consideración a la relevancia y pertinencia de la información obtenida a los fines de la presente investigación, se decidió a lo largo de la investigación si resultaba suficiente la información obtenida, si se requería de la realización de más entrevistas o si resultó necesario tan solo volver a indagar acerca de aquellos puntos que no hayan quedado del todo clarificados.

2.2.3 Técnicas e instrumentos.

Para recabar información se emplearon como técnicas e instrumentos la observación directa y la entrevista.

2.2.3.1 Observación directa.

La observación se realizó sobre el comportamiento espontáneo de los jóvenes en el uso de SMS en situaciones cotidianas tales como viaje en transporte público, asistencia a shopping centres, ciber, plazas, entre otros. Resultó también de suma importancia evidenciar encuentros con amigos y/o grupo de referencia.

2.2.3.2 Entrevista semiestructurada.

Las entrevistas contenían preguntas abiertas, ya que posibilitan el acceso a los significados de las prácticas comunicacionales, además de llevar a los entrevistados a brindar información precisa y detallada de los puntos esenciales que se pretenden analizar del fenómeno de la utilización de los SMS. Esta modalidad permitió además controlar mejor el tiempo de las entrevistas.

Los ejes o preguntas de investigación que se pretendieron dilucidar a través de las entrevistas fueron:

- Cuál es el atractivo principal de los jóvenes en esta nueva forma de comunicación.
- Si los jóvenes utilizan más el envío de SMS que a la comunicación oral vía teléfono celular.
- Si los SMS están generando un nuevo lenguaje entre los adolescentes.

⁵⁰ GAITAN MOYA, J. “Técnicas de investigación en Comunicación Social”, Síntesis, Madrid, 1998, p. 52.

- Cómo es ese lenguaje.
- Qué mirada deben tener las empresas de telefonía celular sobre esta nueva forma de comunicación.
- Qué estrategias comunicacionales deberían implementar con este segmento específico consumidor y usuario de los SMS.

2.2.3.3 Protocolo de Investigación.

Para dar respuesta a los interrogantes planteados, se definieron los siguientes conceptos a indagar:

- **Atractivos de comunicarse a través del SMS:** Moda y consumo.
- **La forma de interacción con el envío de SMS.** Nueva percepción de tiempo y espacio. Identidad grupal. Pertenencia.
- **Nuevas prácticas surgidas del envío del SMS.** Nuevos códigos lingüísticos como así también los aspectos sintáctico, semántico y pragmático evidenciados en este fenómeno del SMS.
- **Vínculo público joven – empresas de telefonía celular.** Los jóvenes como público clave para las empresas de telefonía celular.

Definición operacional de estos conceptos.

Para poder evidenciar “**los atractivos de comunicarse a través del SMS**”, en la entrevista se realizaron preguntas tales como: “Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular? ¿Podrías explicar por qué?”; “¿Qué funciones tiene tu celular? ¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?”; “¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?”.

Asimismo, con la observación se registraron actitudes grupales del uso del celular, como ser por ejemplo, si los utilizaban para sacarse fotografía, intercambiar o compartir temas musicales, mostrarse distintas funciones de los aparatos. Además, se tomó nota de la forma en que los jóvenes llevaban consigo el celular, es decir, si lo llevan en un lugar visible como parte integrante de la vestimenta, colgando de las mochilas o del cuello a modo de accesorio, en la mano, etc.

En lo referido a “**la forma de interacción con el envío de SMS**” para obtener información, algunas de las preguntas que llevaban a este punto fueron: “¿Cómo es un

día de tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo? ¿Lo apagas en algún momento?” “¿Podrías contarme alguna anécdota con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares?”

Con la observación se procuró registrar si hubo intercambio de celulares entre los jóvenes para mostrarse entre ellos los mensajes que les llegaban en ese momento, como reaccionaba el resto al ver que alguien recibía un mensaje, es decir, si consultaban de quién era, qué quería, si acotaban algo para redactar la respuesta, como así también si al momento de recibir o hacer alguna llamada lo hacían con un tono de voz para que el resto de las personas perciban de qué está hablando, con quién, sobre qué tema.

Para detectar las **“nuevas prácticas surgidas del envío del SMS”** se indagó acerca de “cuáles son los temas por los cuales comunican a través del SMS”, “si existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger y si pudieran en ese caso citar algunos ejemplos”, además de consultar acerca de “qué pasaría hoy en sus vidas si no tuvieran teléfono celular”.

En cuanto a la observación, se trató de evidenciar si la utilización de los SMS estaba también relacionada por los jóvenes al uso de otras tecnologías similares, como ser arreglar un horario para encontrarse en el MSN, navegar por Internet en sitios comunes, bajar temas musicales en MP3, entre otros.

Y con respecto al punto de **“el vínculo público joven – empresas de telefonía celular”** la información fue básicamente obtenida de las entrevistas. Las preguntas estuvieron centradas en identificar por un lado, con qué empresa de telefonía celular funciona el equipo de celular que poseen los jóvenes, por qué fue elegida esa empresa y si tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que ofrecía ésta empresa con respecto a las otras al momento de elegirla. Por el otro lado, se diferenciaron los relatos de quienes ya utilizan el SMS para comunicarse con éstas por alguna razón y obtener algunos ejemplos, de los casos de aquellos jóvenes que aún no se comunican con SMS con las empresas. En estos últimos, se procuró saber entonces “si creen que sería importante poder comunicarse con ellas a través del SMS”, “para qué y/o por qué específicamente”.

2.2.3.4 Modelo de Entrevista

Sexo: Nombre:..... Edad:
Centro educativo al que asiste:.....
Localidad donde vive:

1. ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular? ¿Es este tu primer equipo?
2. ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron? En el caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o iniciativa de tus padres?
3. ¿Funciona con tarjeta o con abono? ¿Qué ventaja tiene esto para vos?
4. ¿Qué funciones tiene el celular? ¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?
5. ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte? ¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?
6. Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?
En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?
7. ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS? ¿Podrías mantener una comunicación completa con el envío de SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?
¿Qué cantidad aproximada de mensajes de texto envías / recibis por día?
8. ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?
En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?
9. ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo? ¿Lo apagas en algún momento?
10. ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?
11. ¿Podrías contarme alguna anécdota / situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?
12. ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo? ¿Por qué la elegiste? ¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?
13. ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?
En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?
En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.
14. ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?
En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

2.3. Registro de datos y análisis de la información.

En el caso de las observaciones, de cada situación se hicieron anotaciones vinculadas principalmente a las manifestaciones no verbales, ya que son también indicadores comunicacionales y aparecen en cualquier contexto en que tiene lugar una interacción, enfocada en este caso al uso del SMS.

Para registrar la información verbal, las entrevistas fueron grabadas y posteriormente transcritas. Con el fin de encontrar coincidencia entre las respuestas obtenidas, el análisis tuvo un enfoque vertical considerando a cada entrevista en forma particular y luego la correspondiente comparación entre todas.

2.3.1. Observaciones en lugares públicos

- **El uso del celular en los transportes públicos.**

Día viernes ya pasadas las 20:00 hs. en la línea de colectivo 166, que realiza el trayecto Palermo – Morón con una duración de entre 50 minutos y poco más de una hora. Dos jóvenes amigos viajan parados y mientras tanto, como para pasar el tiempo, utilizan el celular de uno de ellos para escuchar música mediante auricular compartido. Entre los dos pasan los temas, sonrío y asienten con la mirada y algunos comentarios la elección de una canción. Mientras tanto, el celular del otro que no se utiliza para escuchar música, lo sostiene en la mano para que ingrese algún llamado o mensaje que también es compartido con su compañero de ruta.

En otro rincón del ómnibus otra joven que viaja parada pero sola, escucha música desde su aparato de MP3 y tiene su celular en vibrador guardado en el bolsillo del pantalón. Cada tanto, saca el celular, es evidente que ha recibido un mensaje de texto. Sonríe, piensa, contesta el mensaje y lo vuelve a guardar en su bolsillo hasta que requiera nuevamente de su intervención.

Traslado en la misma línea de colectivo un día domingo por la tarde. La gran mayoría de los pasajeros se dirigen al Oeste Shopping, que está en la localidad de Morón. Un joven que viaja sentado tiene en su mano el celular con el protector de pantalla correspondiente al logotipo del Quilmes Rock/2008, evento musical que se realiza año tras año y al que los jóvenes asisten para ver conciertos en un solo día de tres o cuatro bandas y/o artistas. Va pasando entre sus archivos, hasta que decide que tema escuchar y se conecta los auriculares al celular y se dispone a deleitarse con el tema elegido. Asimismo, lleva consigo una mochila con el logotipo del grupo de rock nacional “Los Piojos”, escuchado mayoritariamente por los jóvenes.

Otra joven lleva su celular en el bolsillo del buzo y desde ahí se asoman los auriculares que le permiten escuchar la radio o temas en MP3. En términos generales todos llevan el celular en un lugar relativamente seguro: el bolsillo del buzo, de la campera y/o de los jeans, o también dentro de sus mochilas o de las bolsas/carteras.

Una joven viaja parada lleva consigo un gran bolsón verde translúcido. Allí dentro por lo que se puede observar tiene todo lo que necesita, incluido su celular. De pronto suena y atiende, es una llamada. Está arreglando con alguien un horario para ir a un lugar junto con sus amigas. Terminada la llamada, vuelve a la gran bolsa. Cada tanto saca el celular y responde los mensajes de texto que le van llegando por ese tema o quizás otros.

Muchos ejemplos como los descriptos arriba se han observado en viajes realizados durante la mañana, no en horario pico, en la línea del Ferrocarril Sarmiento, que cruza toda la zona Oeste del Gran Buenos Aires, cuyo recorrido comprende desde la estación de Once en la Ciudad Autónoma de Bs. As. hasta la estación de Moreno, pasando por las estaciones de Haedo, Morón y Castelar, entre otras.

- **Un grupo de amigos festejando un cumpleaños previo a salir a bailar un sábado por la noche.**

Mientras degustan unas hamburguesas y escuchan música, en la casa de la homenajead, entre todos se sacan fotos con los celulares, en parejas, en grupo y después el celular circula entre todos para ver como salieron en la foto, se ríen, hacen chistes. Asimismo, al momento de soplar las velitas todos prepararon sus celulares para registrar el momento con una fotografía. Una de las jóvenes tiene un celular nuevo, de esos que suenan y se apagan con pasar su mano por encima del aparato. Tiene dudas sobre su funcionamiento, así que en forma constante le pide a sus amigos que la llamen para ver si suena o no, si se corta el sonido cuando pasa su mano. Todos tienen sus equipos a la vista y los abren si cierran en forma constante, y entre ellos se los cambian y ven cosas, como si la mayor parte de su vida o lo más importante estuviera allí escondido. Una de las últimas chicas en llegar no recordaba el número de la casa, envió entonces un SMS a otra de las chicas para que le confirme la numeración.

- **Patio de Comidas del Oeste Shopping, un día de semana.**

Una pareja de jóvenes mientras cenan. Ella está escribiendo un mensaje, le consulta a él, hay como una especie de complicidad. Ella le muestra la pantalla para que vea lo que está escrito o el

mensaje que le han enviado. Una vez que ella deja de escribir deja el celular sobre la mesa, en un lugar visible y fácil de ser escuchado por los dos. Luego se dedican a hablar entre ellos.

En otro rincón del patio de comidas, otra pareja cenando y ella enviando mensajes de texto. Ella se ríe mientras comenta algo con él, le pasa el celular abierto para que vea, él se lo devuelve y ella continúa escribiendo. Mientras siguen hablando entre ellos y escuchando una música de saxo que proviene de un show que está sonando en vivo allí. El celular queda reposando sobre la mesa. Él, además, está leyendo una revista y la invita a ella a leer juntos un artículo.

En otras mesas de por ahí, hay varias personas esperando por alguien, o que se cumpla el horario para ingresar a ver una película en el cine. Mientras tanto tienen en sus manos un celular desde el cual están enviando y recibiendo mensajes.

2.3.2. Entrevistas realizadas.

Entrevista N° 1:

Sexo: Femenino – Nombre: Yanina – Edad: 20 años.
Centro educativo al que asiste: CIMA – Flores (C.A. Bs. As.)
Localidad donde vive: Ciudad Jardín, El Palomar.

Entrevista N° 2:

Sexo: Femenino – Nombre: María del Carmen – Edad: 19 años
Centro educativo al que asiste: UBA – Fac. de Cs. Sociales (C.A. Bs. As.)
Localidad donde vive: El Palomar

Entrevista N° 3:

Sexo: Masculino – Nombre: Pablo – Edad: 19 años
Centro educativo al que asiste: Univ. Nac. De La Matanza
Localidad donde vive: El Palomar

Entrevista N° 4:

Sexo: Femenino – Nombre: Natalia – Edad: 20 años.
Centro educativo al que asiste: Univ. Nac. De la Matanza
Localidad donde vive: El Palomar

Entrevista N° 5:

Sexo: Femenino – Nombre: Oriana – Edad: 13 años.
Centro educativo al que asiste: Elmina Paz de Gallo – 8° año (Haedo)
Localidad donde vive: Haedo

Entrevista N° 6:

Sexo: Femenino – Nombre: Mercedes – Edad: 23 años.
Centro educativo al que asiste: Univ. Nac. De la Matanza
Localidad donde vive: Haedo

Entrevista N° 7:

Sexo: Femenino – Nombre: Macarena – Edad: 15 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9° año (Ramos Mejía)
Localidad donde vive: Villa Sarmiento

Entrevista N° 8:

Sexo: Masculino – Nombre: Hernán – Edad: 14 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9° año (Ramos Mejía)
Localidad donde vive: Haedo

Entrevista N° 9:

Sexo: Femenino – Nombre: Yamila – Edad: 15 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9° año (Ramos Mejía)
Localidad donde vive: Haedo

Entrevista N° 10:

Sexo: Masculino – Nombre: Diego – Edad: 14 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9° año (Ramos Mejía)
Localidad donde vive: Villa Sarmiento

Entrevista N° 11:

Sexo: Femenino – Nombre: Laura – Edad: 14 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9° año (Ramos Mejía)
Localidad donde vive: Villa Sarmiento

Entrevista N° 12:

Sexo: Femenino – Nombre: Rocío – Edad: 20 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio Ward – 3° año (Villa Sarmiento)
Localidad donde vive: Haedo

Entrevista N° 13:

Sexo: Masculino – Nombre: Nahuel – Edad: 14 años.
Centro educativo al que asiste: Colegio del Parque – 9° año (Villa Sarmiento)
Localidad donde vive: Villa Sarmiento

Entrevista N° 14:

Sexo: Masculino – Nombre: Ariel – Edad: 18 años.
Centro educativo al que asiste: Escuela N° 24 – 9° año (Morón)
Localidad donde vive: Morón.

Entrevista N° 15:

Sexo: Masculino – Nombre: Cristian – Edad: 21 años.
Centro educativo al que asiste: Univ. de Morón.
Localidad donde vive: Morón.

Entrevista N° 16:

Sexo: Femenino – Nombre: Erika – Edad: 23 años.
Centro educativo al que asiste: Univ. De Morón.
Localidad donde vive: Ituzaingó – Castelar.

Entrevista N° 17:

Sexo: Masculino – Nombre: Lucas – Edad: 17 años.
Centro educativo al que asiste: Escuela N° 2, 3° año polimodal (Haedo)
Localidad donde vive: Haedo

Entrevista N° 18:

Sexo: Masculino – Nombre: Enzo – Edad: 19 años.
Centro educativo al que asiste: CBC – UBA (C.A. Bs. As.)
Localidad donde vive: Villa Sarmiento

Entrevista N° 19:

Sexo: Femenino – Nombre: Aylén – Edad: 14 años.
Centro educativo al que asiste: Escuela N° 21 – (Castelar)
Localidad donde vive: Ituzaingó

Entrevista N° 20:

Sexo: Masculino – Nombre: Julián – Edad: 15 años.
Centro educativo al que asiste: Int. San Ramón Nonato – (Castelar)
Localidad donde vive: Castelar

CAPÍTULO 3

“RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN”

3.1 Análisis de la Información obtenida en el trabajo de campo.

De las entrevistas realizadas a los jóvenes y de las observaciones registradas en distintos lugares públicos, estos son algunos de los resultados que arroja la investigación.

3.1.1 Atractivos de comunicarse a través del SMS.

Previo a poder reconocer los atractivos de comunicarse a través del SMS, es importante considerar cómo es que los jóvenes llegan a obtener su primer teléfono celular, desde cuándo lo utilizan, si han cambiado sus modelos de celulares o conservan el primero. De esta manera, se puede definir de una forma más precisa la utilización del teléfono celular en entre los adolescentes, los intereses que los llevan a querer tener un teléfono celular y elegir de entre las distintas opciones que estos equipos le brindan para comunicarse entre ellos y con otros vínculos cercanos, aquella con la que se sienten más a gusto o identificados.

3.3.1.1 La adquisición del primer equipo de teléfono celular.

La gran mayoría de los entrevistados han obtenido su primer equipo de teléfono celular como obsequio de algún familiar cercano como ser sus padres, abuelos, tíos, hermanos mayores. En algunos casos la obtención de éste fue por pedido de los propios jóvenes, en otros con motivo de sus cumpleaños, otros por tener buenas calificaciones en sus exámenes, como así también por algún familiar que quería cambiar el equipo y decidió regalarle ese que ya no iba a utilizar.

Asimismo, y en los casos en que la obtención del celular surgió como respuesta a un pedido del propio joven, no siempre han tenido la posibilidad de elegir el modelo de celular o las funciones que querían que este tuviera. En los adolescentes de entre 13 y 16 años de edad, se evidenció que la elección del modelo o equipo, como así también de la empresa con la cual funcionara el mismo, recaía sobre los padres o el familiar que realizaba la compra. En algunos casos, se les ha dado a éstos la posibilidad de seleccionar entre una gama de equipos propuestos por parte de quien iba a realizar la compra o también consultar si estaban a gusto con el equipo por esta persona elegido.

No hay que dejar de lado, algunos casos en los que el celular, más allá de ser un pedido de los jóvenes, se los han comprado los padres como consecuencia del cambio de actividades en la vida de los adolescentes por el inicio de la secundaria y la posibilidad de tener más salidas con sus amigos y horarios diversos.

Varios entrevistados comentaron que con el paso del tiempo han cambiado hasta dos y tres veces de equipos de celulares. En algunos casos motivados por obtener modelos más modernos y/o con nuevas funciones y en otros, obligados por algún extravío, rotura o robo del equipo. De cualquier forma, los posteriores equipos hayan sido obtenidos como un nuevo obsequio o por propia adquisición de los jóvenes, ya en estos casos si han cobrado importancia sus opiniones y preferencias en cuanto a las funciones con las que debía contar el teléfono celular, el modelo y la empresa de telefonía celular con la que querían contratar el servicio de conexión.

Como ejemplo pueden citarse algunas de las respuestas tales como: *“Mi celular me gusta por las fotos, me lo compré hace dos semanas porque tenía uno más feo, entonces yo me lo quería comprar para las fotos”*⁵¹, *“el primero me lo regaló mi papá y el segundo me lo compré yo. Esperé tres años y dije: Sí, me lo cambio por la camarita”*... *“pongo el MP3 para ir al colegio y me vuelvo escuchando el MP3”*⁵², *“mi celular es despertador, me avisa cuando tengo que tomar medicamentos, agenda, mensajes, cámara, lo uso para todo”*⁵³.

Estos relatos dan cuenta con referencia al concepto de consumo, que actualmente los equipos de telefonía celular cubren expectativas propias de este público específico como ser la pasión por la música, el estar actualizados en cuanto a los avances tecnológicos, y otras necesidades que van más allá de la posibilidad de comunicarse a través del equipo como pueden ser sacar fotografías, agendar eventos, escuchar música y muchas funciones más.

En los medios de transporte público o por la calle es habitual ver a los adolescentes con los auriculares, algunos están conectados a un equipo de MP3 y otros a un teléfono celular que también les da la opción de escuchar música por sistema MP3 o por radio FM. Así es como se han observado, por ejemplo, jóvenes que durante el traslado en un colectivo, compartían un auricular conectado al mismo celular y desde el cual en forma conjunta definían los temas a escuchar. Mientras tanto, uno de ellos llevaba el otro

⁵¹ 20 años, Yanina, El Palomar.

⁵² 17 años, Lucas, Haedo.

⁵³ 15 años, Diego, Villa Sarmiento.

teléfono celular en su mano y lo miraba constantemente a la espera de algún llamado o mensaje de texto.

3.1.1.2 El avance de la tecnología en la oferta de equipos de telefonía celular.

De las respuestas obtenidas se deduce que hay jóvenes que utilizan teléfono celular desde hace más de un año. A mayor rango etario, más años de uso de teléfono celular. Y en este punto es importante considerar que no es lo mismo hoy un adolescente de 14 años, con un celular de dos años de antigüedad que un joven de poco más de 20 años, en lo referido a la adquisición del primer equipo de celular.

Los más jóvenes actualmente tienen la posibilidad de obtener un primer equipo que incluya: MP3, Bluetooth, Internet, cámara de fotos y video, entre otros, en tanto que los de entre 18 a 20 años de edad que está finalizando la secundaria o se encuentran iniciando la universidad, comenzaron con un celular que tenía las funciones básicas de enviar y recibir llamadas, enviar y recibir mensajes de texto, calculadora, despertador y agenda. Estos últimos, son los jóvenes que expusieron la inquietud de obtener equipos con elementos tecnológicos más novedosos y avanzados.

Tal es así que tienen bien identificadas las funciones que hoy pueden utilizar con sus nuevos equipos y lo obsoleto en que se transformó aquel primer celular al no poseerlas, expresado esto en frases como: *“solo podía llamar y mandar mensajitos”*. Uno de los adolescentes a la pregunta que indagaba acerca de las funciones que tiene su actual celular contestó: *“pocas y nulas porque es un celular muy viejo”*⁵⁴, como dando cuenta de que prácticamente el equipo no sirviera para nada cuando en verdad, la función primordial de comunicación sí la cumple. Sin embargo, pareciera quedar en un segundo plano a pesar de que en definitiva es la función para la cual fue creada en sus comienzos la telefonía móvil.

3.1.1.3 Las funciones del equipo compartidas con otros pares.

Aquí también se hace necesario aclarar que el poder compartir funciones con amigos o pares, se hace mucho más fácil, cuanto más moderno es el equipo de telefonía móvil.

Una de las respuestas a la pregunta con referencia a cuáles de estas funciones comparten con tus amigos fue: *“escuchar música”*. Y la acción de escuchar música, se puede realizar de distintas formas.

⁵⁴ 14 años, Nahuel, Villa Sarmiento.

Una de ellas es a través del sistema de Bluetooth. Se trata de una norma que define un estándar global de comunicación inalámbrica de corto alcance para transmitir voz y datos entre dispositivos móviles (como teléfonos y ordenadores portátiles) y dispositivos de escritorio (como los ordenadores fijos), mediante un enlace.

Quienes poseen equipos con este sistema saben que colocando cerca sus celulares con los de otros que también tienen este sistema pueden intercambiar música, es decir, se pasan temas de un equipo a otro que hayan bajado en MP3 y en forma gratuita. Así pueden escuchar en el momento que deseen esa canción que les gusta.

Otra forma, es como ya se ha consignado en párrafos anteriores, con los auriculares conectados al celular de uno solo de los jóvenes. Desde aquí se puede escuchar radio y/o a veces también temas en MP3. Esto se ve en gran medida en los transportes públicos y en los shoppings, en un lugar donde les permita sentarse juntos y compartir el auricular.

Y la última, que es la de escuchar la música y/o radio sin auriculares y en este caso no solo los adolescentes pueden escuchar los temas desde el celular sino muchas otras personas que se encuentren a su alrededor.

Como segunda opción plantearon: “sacar fotos y filmar”.

Una vez sacada la fotografía o realizada la filmación se las puede ver desde el mismo celular. No obstante, una vez practicada alguna de estas funciones, actualmente los adolescentes prefieren bajar la foto a la PC y enviárselas a sus amigos a través de un correo electrónico o subirla a alguna página de Internet, en tanto que en el caso de las filmaciones, optan por subirlas a Youtube, desde donde cualquiera puede ingresar y mirarla desde una PC.

La diferencia entre la foto y la filmación, es que esta segunda permite además registrar alguna situación cómica, montar algún personaje o hasta reírse de ellos mismos.

Así uno de los entrevistados comenta: “Por ahí nos íbamos a la casa de uno a ver una película o a jugar a la Play Station y nos filmábamos”⁵⁵, mientras otra adolescente da un ejemplo de lo que ocurre con el uso de esta función durante las horas libres en el colegio: “En una hora libre que hacemos un video, que está medio mundo con el celular grabando el video, y lo pasan a la computadora y nos lo pasamos o lo subimos a Youtube o cualquier cosa. Depende de lo que quiera o diga Lauri: - “no salí ridícula,

⁵⁵ 18 años, Ariel, Morón.

no lo hagas”⁵⁶-. De acuerdo a lo expresado por esta joven, es de suponerse que “Lauri” debe ser alguna compañera que ha protagonizado el video que registraron en los celulares. De alguna forma esto es un indicio de que el teléfono celular y el pasatiempo o la diversión, van de la mano.

Por último, otra de las funciones que indicaron como compartida con amigos es: *“el envío de mensajes de texto”*. Hay que considerar que no todos los jóvenes poseen equipos con las funciones de avanzada descritas y lo que más los acerca a compartir algo con sus pares es el envío de mensajes de texto, que en este caso es la función más acorde y moderna para igualarse con sus pares. Una de las entrevistadas que posee uno de los equipos más viejos comentó: *“Estoy aburrida y que hago, empiezo a mandar mensajes”*. Asimismo, a la pregunta *¿qué funciones tiene tu celular?*, respondió: *“No, lo único que tiene es para mandar mensajes. Imaginate Nokia 1100, el primero que salió”*⁵⁷. La respuesta haciendo referencia a las funciones de “llamar y mandar mensajes” estuvo presente en casi todos los entrevistados. Para los que poseen equipos antiguos, es lo único que les permite accionar y lo toman como las funciones básicas en tanto que para los que poseen equipos más modernos, estaban descritas como una más dentro de la amplia gama de funciones que pueden realizar con el equipo. A veces casi hacia el final decían a modo de haber recordado algo: *“Ah, y bueno llamar y mandar mensajes”*. Esto deja entrever que algunas de las funciones más avanzadas tecnológicamente cobran mayor relevancia para los jóvenes desplazando de alguna manera las funciones básicas de comunicación oral y escrita provista por los equipos de telefonía celular.

3.1.1.4 Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

Este podría tomarse como uno de los interrogantes centrales y más importantes para develar muchas de las cuestiones vinculadas a este trabajo de investigación.

Sin embargo, previo a esta pregunta se les consultó a los jóvenes si ellos utilizaban el SMS para comunicarse, a lo cual todos los entrevistados contestaron que sí. Pero, si bien la gran mayoría opta por el envío del SMS para comunicarse, hay algunos pocos que se sienten más cómodos con la forma tradicional de comunicarse oralmente a través de una llamada.

⁵⁶ 13 años, Oriana, Haedo.

⁵⁷ 15 años, Yamila, Villa Sarmiento.

Para poder entender un poco más acerca de la elección de comunicarse con mensaje de texto, se indagó acerca del *por qué* de la elección y las respuestas más destacadas se pueden resumir o agrupar de bajo los siguientes argumentos:

- ✓ Es más fácil
- ✓ Es más corto
- ✓ Es más rápido
- ✓ Es más conciso y puntual
- ✓ Es más práctico
- ✓ Es más cómodo
- ✓ Para comunicarme con alguien en cualquier momento y lugar donde con un llamando no podría. Por ejemplo (llamar a sus parejas durante el horario de trabajo o recibir y contestar llamadas en el horario de clase ya sea en la secundaria o en la universidad, lo cual no está permitido, más aún en el EGB)
- ✓ Es más barato, gasto menos.

Fueron solamente cuatro los jóvenes los que expresaron su preferencia por hablar por teléfono, aunque también usan el SMS. De las mujeres una explicó que para ella el envío de SMS la pone nerviosa o siente que tiene que apurarse y la otra, considera que es una forma de comunicación muy impersonal y que puede llevar a confusiones. En el caso de los varones, expresaron que les resulta más cómodo hablar telefónicamente. No obstante, la mayoría de los entrevistados coincidieron en que tratándose de temas importantes o de una situación en particular que no lleve a ninguna confusión, es mucho más adecuada la llamada telefónica.

En lo que respecta a la respuesta de que el SMS es más barato que la llamada, presenta una relación bastante directa con la forma de escribir en los mensajes, la cantidad de caracteres que se utilizan y los supuestos códigos o nuevo lenguaje. Por esta razón será un punto de análisis más adelante en lo referido a las formas de comunicación propiamente dicho.

3.1.1.5 Quienes son los destinatarios de los envíos de SMS.

De lo expuesto anteriormente, queda en evidencia que no hay prácticamente jóvenes que no utilicen el SMS para comunicarse. Ahora al momento de elegir con quienes

comunicarse a través del mensaje de texto, ¿quiénes pueden considerarse destinatarios de esta forma de comunicación?

En su gran mayoría han contestado:

- ✓ Con mi novio/a (para los que están en pareja)
- ✓ Con mis amigos/as
- ✓ Con mi familia
- ✓ Con mis compañeros del colegio / facultad
- ✓ Con todos.

De todas formas, hay algunos adolescentes que han expresado no utilizarlos con sus padres. Algunos porque éstos no tienen teléfono celular, o porque no saben usar la función o porque no entienden el mensaje de texto. Generalmente, esto se da en los casos en que los padres ya están en una edad más avanzada. En tanto que los que tienen padres más jóvenes si utilizan con ellos esta forma de comunicación y están dentro de sus destinatarios.

3.1.1.6 El celular va a todos lados con los adolescentes pero no siempre está a la vista.

El teléfono celular forma parte de la vida de los jóvenes y está presente con ellos en cada lugar al que asisten: el colegio, el club, una discoteca, una fiesta, la universidad, los traslados en medios de transportes públicos, caminatas con amigos, partidos de fútbol, etc.

Dado los tiempos que corren, los adolescentes no están ajenos a los problemas de inseguridad y las posibilidades de robos. Por tal motivo, en su gran mayoría llevan sus celulares en sus mochilas o los bolsillos del pantalón, campera o buzo. Unas de las frases más claras acerca de esta situación es: “*Lo llevo conmigo todo el día*”.

En los medios de transportes se ve claramente como los auriculares asoman desde los bolsillos de los buzos, camperas, mochilas y desde carteras, hasta llegar a los oídos del joven. Cada tanto, el celular sale de su lugar oculto para que algún mensaje o llamada sea contestado, o consultar la hora, o verificar nuevamente si ese mensaje que se estaba esperando llegó. Algunos otros prefieren directamente llevarlo en la mano.

Si uno lo compara con otros elementos electrónicos que han acompañado a los adolescentes y también a los adultos, se encuentran el walkman y el discman, como actualmente ocurre con el MP3.

Retomando el concepto de Mario Margulis de que: “poseer los recursos no es suficiente, el sujeto de la moda debe también disponer de las habilidades y condiciones “aceptables” para que su mensaje sea eficaz”⁵⁸, fácilmente los jóvenes dan evidencia de esto y en gran medida. Averiguan sobre los nuevos modelos, se interiorizan de las ventajas de comprar un equipo con tal o cual función, saben quienes entienden de estas funciones y quienes no, se muestran los equipos en encuentros y debaten sobre los mismos, como así también relacionan varias de las funciones del celular con la PC e Internet.

Pero hay una cuestión que trasciende el concepto de moda, más allá de lo que implica poseer un determinado modelo de teléfono celular usado por la mayoría o que el mismo sea exhibido con el resto de la indumentaria de los adolescentes. Se trata de la instalación del envío de SMS para acordar las salidas del fin de semana. La mayoría de los entrevistados han coincidido en que para definir a dónde van, a qué hora se encuentran, etc., se realiza por mensaje de texto. Incluso puede ser un disparador desde un lugar para conectarse con otros jóvenes y cambiar el destino, pero siempre por SMS, ni por llamada al teléfono celular ni de línea.

De alguna forma podríamos decir entonces que esta elección de comunicarse por mensaje de texto lleva implícita una moda impuesta desde los actitudinal, ya que requiere estar a la altura de las circunstancias y que si sus pares arreglan las salidas por celular, entonces hay que hacerlo así, de lo contrario se está fuera de las formas instaladas por los propios adolescentes para comunicarse entre ellos.

3.1.2 La forma de interacción entre los jóvenes con el envío de los SMS.

3.1.2.1 La incorporación del celular a las actividades diarias de los jóvenes.

No existe momento ni lugar del día que resulte un impedimento para los jóvenes el tener el celular consigo y encendido, inclusive está presente en algunas actividades que jamás hubiéramos imaginado y desde muy temprano por la mañana.

Se les solicitó entonces que comentaran cómo es un día en tu vida con el celular y alguien respondió de la siguiente manera: “*Mi celular es despertador, me avisa cuando tengo que tomar medicamentos, agenda, mensajes, cámara, lo uso para todo, lo tengo en el bolsillo siempre*”... “

⁵⁸ Margulis, *Op. cit.*, p. 139.

*está conmigo cuando voy a la escuela, cuando voy al club, cuando salgo con los chicos. Desde que me levanto hasta que me acuesto lo tengo conmigo o al lado”*⁵⁹.

Si hiciéramos una revisión a la respuesta que cada entrevistado dio a esta consulta, en términos generales todos coinciden en que está incorporado a las actividades que realizan a diario como ser ir al colegio, a la universidad, el trabajo. A los términos prácticos y según esté permitido o no el uso del celular en determinados lugares, puede que esté programado en vibrador, pero de cualquier manera está presente y permanentemente integrado a la vida de cada uno de ellos.

Otra de las respuestas dignas de mencionar con relación a este punto, es la de una joven de 20 años quien contestó: *“lo prendo cuando me levanto y lo llevo a todos lados porque ya es como la llave que la llevas a todos lados”*... *“aparte si no lo tengo siento que me falta algo; o si alguien me llama; o quiero llamar a alguien no se como hacer”*⁶⁰. Aquí surge, por un lado la importancia que ha cobrado en la vida de los adolescentes el teléfono celular de acuerdo a las distintas funciones que éste ofrece y la puesta en práctica de las mismas (despertador, agenda, música, etc.) para los quehaceres diarios y de acuerdo a sus intereses y gustos personales. Y por el otro, lo estrictamente vinculado a lo comunicacional que, con la posibilidad que brinda hoy un teléfono celular, también sabemos tiene la particularidad de poder realizarse en cualquier momento y espacio.

Así también fue como a través de las distintas respuestas los jóvenes hicieron manifiesta *“la necesidad de comunicación”* y que está directamente unida al hecho de poseer un teléfono celular. Una joven de la localidad de Haedo expresaba esta idea de la siguiente manera: *“Yo no puedo vivir sin el celular. Si me lo olvido estoy desesperada, por ahí no lo uso si lo tengo, pero es tenerlo. Es como que necesito estar conectada, si alguien me tiene que llamar o tengo que llamar a alguien por algún motivo”*⁶¹.

Otra idea hace referencia al hecho de que *“alguien necesite ubicarlos”* para decirles algo. Un joven de 19 años contestó entre otras funciones vinculadas al uso diario del celular lo siguiente: *“lo uso para el despertador para ir a la facultad”*... *“lo dejo más que nada para recibir mensajes o llamadas, en caso de que quieran ubicarme”*⁶².

Es importante además recordar que los teléfonos celulares son móviles, y es justamente lo que permite a cualquier persona conectarse desde y hacia cualquier lugar, para comunicarse con quien desee, a la hora que lo necesite, sea cual fuere el lugar en el que se encuentre y por sobre todo, poder ubicarla. Los adolescentes han interpretado que esta comunicación móvil se los

⁵⁹ 14 años, Diego, Villa Sarmiento.

⁶⁰ 20 años, Natalia, El Palomar.

⁶¹ 20 años, Rocío, Haedo.

⁶² 19 años, Enzo, Villa Sarmiento.

permite o al lo menos, les da la opción de hacerlo, y han incorporado el teléfono celular no sólo al nivel de un elemento básico y fundamental para llevar consigo a todos lados como ocurre con el documento de identidad, las llaves de su casa, o algún otro elemento de vital importancia que no puede faltar en la cartera y/o mochila, sino porque el hecho tenerlo todo el tiempo a su disposición los puede comunicar y mantener en contacto permanente con todos sus vínculos.

3.1.2.2 Los jóvenes están comunicados en todo momento y lugar, salvo que el teléfono celular esté apagado.

Por lo expresado en el punto anterior se deduce que el celular tiene un uso bastante prolongado durante todo el día. La persona puede entonces decidir apagarlo, más considerando que actualmente casi todos los hogares cuentan con un teléfono de línea y existe entonces otro canal para estar comunicado. Sin embargo, al momento de consultarle a los jóvenes si el teléfono se apaga en algún momento, tan solo cuatro o cinco de los veinte entrevistados, contestaron que sí aclarando que sólo al momento de irse a dormir. El resto contestó que lo tienen siempre encendido incluso mientras lo cargan o que solamente se les apaga cuando sin darse cuenta se quedó el equipo sin batería.

Es en este punto donde entran a jugar más fuertemente los conceptos de tiempo, espacio y ubicuidad en las comunicaciones interpersonales como lo expresa por ejemplo la autora María Amor Pérez Rodríguez al referirse de la siguiente manera: “la instantaneidad, junto al dominio del espacio de la ubicuidad, nos conduce al mito del control del tiempo, ya introducido anteriormente por los medios de comunicación de masas”⁶³. También resulta importante retomar la visión de Zigmunt Bauman quien al respecto manifiesta que: “los teléfonos celulares vienen a señalar nuestra liberación de un espacio”...“El advenimiento de la proximidad virtual hace de las conexiones humanas algo a la vez más habitual y superficial, más intenso y más breve”⁶⁴.

Y seguramente hay un control del tiempo y del espacio, los jóvenes a través del celular mantienen informados a sus padres del lugar en el que se encuentran, si cambian de destino, si llegan más tarde, entre otros. A su vez, al disponer de este avance tecnológico pueden modificar sus planes en cualquier momento porque una llamada o un mensaje de texto los comunica con quien quieran cuando lo deseen. Asimismo, esta apreciación de Bauman de *conexiones humanas más habituales y superficiales, más intensas y más breves*, se evidencia en ejemplos dados por los adolescentes en tanto

⁶³PEREZ RODRIGUEZ, *Op. cit.*, p. 40.

⁶⁴BAUMAN, *Op. cit.*, p. 86,87.

que, como ya se dijo anteriormente, actualmente hay comunicaciones que pueden darse desde lugares impensados como ser el colegio y la universidad, durante el propio horario de clase, y tan solo para expresar con un simple mensaje de texto un *“llego más tarde”* que represente una tranquilidad para los padres y los hijos, generando así también una nueva forma de relación y vínculo. De la misma forma, ocurre con sus pares, ya sean amigos o parejas, con otras cuestiones como podría ser el arreglo de una salida o actividad.

El tiempo o el espacio como el poder ubicar a alguien aunque sea de madrugada, no son un impedimento para poder comunicarse, salvo que el teléfono celular esté apagado. Si bien ninguno de los entrevistados lo dejó claramente expresado bajo esta forma, de la repregunta vinculada a por qué razón nunca se apaga el celular se obtuvieron respuestas que permitieron arribar a esa conclusión y que se reproducen a continuación:

- ✓ *“Si lo tengo que dejar cargando es en la mesita de luz”;*
- ✓ *“No porque la única vez que lo apagué me tenían que llamar, y no, así que ahora lo dejo prendido, por lo menos en vibrador lo dejo”;*
- ✓ *“A la noche lo pongo en vibrador por el tema de que siempre algún colgado te manda un mensaje a las 3 de la mañana, o que llega tarde”... “Apagarlo no, por un tema de seguridad, no vaya a ser cosa de que no se pueden comunicar a casa o algo, lo primero que hacen es llamara al celular”;*
- ✓ *“A menos que se me acabe la batería en un viaje, que no se me acaba nunca, no lo apago”;*
- ✓ *“Porque en cualquier momento puede pasar algo”;*
- ✓ *“Siempre estás pendiente de algo”.*
- ✓ *“No, salvo cuando no quiero que me llame nadie por algún motivo, que se yo, quiero descansar entonces lo apago”.*

Esta última respuesta ejemplifica claramente como el dueño del teléfono celular tiene la opción de estar o no conectado ilimitadamente en tiempo y espacio, y hace uso de esta alternativa. Puede ser desde el rol de emisor en el intento de comunicarse realizando una llamada o enviando un mensaje de texto, o como receptor de los intentos de comunicación de los otros a sus teléfonos celulares.

3.1.2.3 El teléfono celular está presente en las actividades grupales y muchas veces forma parte de las bromas entre el grupo de amigos.

Para poder vincularnos con los demás indefectiblemente tiene que haber una instancia de comunicación que lleve a un intercambio con el otro y a un entendimiento mutuo. Y para que esto sea posible, en la comunicación se hace necesaria la intervención de elementos que resulten familiares e identificatorios para quienes comparten este diálogo. Algunos de ellos están directamente vinculados a la forma de comunicación elegida mientras otros están condicionados por el contexto histórico, cultural, social, económico que influye en las personas en un momento específico de sus vidas y que determina o condiciona de alguna manera la forma de expresarse.

Los adolescentes han decidido estar en contacto permanentemente con su grupo de pares a través del teléfono celular por diferentes temas y lo hacen con el envío de mensajes de texto. Aquí resulta de suma utilidad retomar el concepto de Paul Watzlawick en lo referido a la interacción entre las personas y los elementos que la condicionan. El autor afirma que “una serie de mensajes intercambiados entre personas recibirá el nombre de interacción” y que “la relación también puede expresarse en forma no verbal gritando o sonriendo o de muchas otras maneras. Y la relación puede entenderse a partir del contexto en el que la comunicación tiene lugar”⁶⁵.

Algunos de los relatos acerca de anécdotas y situaciones vividas con sus amigos o compañeros del colegio, permiten dar cuenta de cómo o a partir de qué, surge el contacto vía SMS y cómo es interpretado por todos los que comparten esta forma de comunicarse.

Comenta una adolescente que cursa el 9º año del EGB: *“Ahora ya no es levantar el teléfono y decir -nos encontramos a tal hora-, es mandar un mensaje -vamos a salir a tal lado, ¿podes?”... “mismo con los chicos del colegio, todo, se arreglan las salidas mediante los mensajes”*⁶⁶. Otra expresó con respecto a las situaciones con amigos: *“fuimos a la casa de una amiga que cumplía 15 y mientras esperábamos a mis amigos, estuve llamando que los estábamos esperando en tal lugar, a otros les mandé un mensaje de que ya habían llegado, que los estábamos esperando y todos comunicados por el celular, si no lo tendría quizás se hubiera complicado mucho más porque no me hubiera podido comunicar con ninguno”*⁶⁷. *“Los fines de semana arreglamos siempre por mensaje de texto donde nos encontramos, a qué hora, en la casa de quien o en que*

⁶⁵ WATZLAWICK, *Op. cit.*, p. 49.

⁶⁶ 15 años, Yamila, Villa Sarmiento.

bar, o explicarme como llego o yo a ellos”⁶⁸, fue lo que explicó a modo de ejemplo una joven del último año del polimodal.

El ponerse de acuerdo entre todos tiene que ver con algo propio de la vida de los adolescentes que es la tendencia a reunirse y pasar tiempo juntos por diversión, esparcimiento, compartir momentos, festejar cumpleaños, las salidas grupales de los fines de semana. Y así, tanto solo con un SMS comienza a girar la rueda para combinar con los amigos el punto de encuentro, definir a dónde van, a qué hora, tratar de conectarse con los que están retrasados o no saben como llegar. Ese mensaje de texto luego se irá multiplicando en varios SMS de ida y vuelta hasta que todo cierre y juntos puedan disfrutar de ese momento esperado o planificado.

Llegamos entonces al concepto de Rossana Reguillo de “identidad grupal” y más precisamente cuando hace alusión a que “el rock, el uso de la radio y de la televisión, la violencia, la política, el uso de la tecnología, se convierten aquí en el referente para rastrear relaciones, usos, decodificaciones y recodificaciones de los significados sociales en los jóvenes”... “se trata de modos de estar juntos a través de las prácticas”⁶⁹. Y sin ninguna duda un avance tecnológico como lo es el teléfono celular, el uso que hacen de éste los jóvenes y los objetivos con los cuales los utilizan para comunicarse deja en evidencia que es una forma más que tienen para identificarse con los pares, definir una forma específica de comunicarse, darse a entender y funcionar de una forma compartida por el resto del grupo. Por su parte y para reforzar este concepto Rheingold menciona que “los adolescentes emplean los mensajes para poner a prueba sus propios límites y distanciarse de los roles infantiles. La mensajería de texto es un modo de compartir relaciones”⁷⁰.

El grupo etario de los adolescentes o jóvenes se comunica con sus pares además por temas afines como ser el colegio o la universidad, pero será tratado con mayor profundidad más adelante.

También, y en lo que refiere a prácticas compartidas o formas de interactuar, los jóvenes utilizan el teléfono celular para hacerse bromas entre ellos. Algunas están directamente vinculadas a la comunicación en sí misma y en otros casos no. Aquí se citan algunos de los acontecimientos que recordaron algunos jóvenes como graciosos en los que el teléfono celular fue el centro de la diversión o tuvo una intervención importante. “*Nosotros somos de salir con el grupo de secundaria las mujeres y los varones. Salimos todos juntos pero siempre arreglamos los varones*

⁶⁷ 15 años, Macarena, Villa Sarmiento.

⁶⁸ 20 años, Rocío, Haedo.

⁶⁹ Reguillo, *Op. cit.*, p. 40.

⁷⁰ Rheingold, *Op. cit.*, p. 44.

por un lado y las mujeres por el otro. Y hay algunas que otras parejas entre el grupo de amigos. Entonces lo que hicimos un día, fue organizar, nos juntamos todos en una casa y salimos las mujeres por un lado y los varones por el otro, supuestamente yendo al mismo lugar. El tema es que por mensaje de texto mandamos que se habían demorado los remises y que sé yo. Entonces las chicas ya habían llegado y nosotros convenciéndolas de que íbamos a llegar más tarde y demás, nos habíamos ido para otro lado y todos los novios mandando como que estábamos yendo para ahí y que nos habíamos retrasado”⁷¹. Otro adolescente de la localidad de Castelar contó la siguiente hazaña: “Una vez con unos amigos, fue con mi primer celular, estábamos en un colectivo, el colectivero abrió la puerta y seguía andando. Y uno de mis amigos dijo -que copado sería tirarse- y agarré y cuando empezó a parar me tiré, y caí y salió el celular volando para un costado y estaba en el medio de la avenida todo el celular despedazado”⁷². En concepto de broma y con resultados entre lo divertido y lo violento otro entrevistado contó su experiencia: “por culpa de mis amigos rompí un teléfono. Porque me gastaron todo el crédito llamando desde mi celular, desde mi propia casa a mí casa. Y cuando vi que tenía como \$10 y me lo habían gastado todo en...., le tiré el teléfono por la cabeza a mi amigo, por lástima no le di. Y el teléfono, tuve que conseguir otro equipo”⁷³.

En este punto es importante destacar, que más allá de las diferencias generacionales y las cuestiones que se entremezclan al momento de formar parte de una situación graciosa o broma entre amigos, también influye la diferencia de género. Los varones en general vincularon la situación anecdótica con algo entre lo gracioso y violento o que también pueda causar disgusto a alguien, lo que podría encuadrarse dentro de las “bromas pesadas”. En tanto que las mujeres interpretaron a la situación en términos de la utilidad del envío de mensajes de texto o la posibilidad de comunicarse ante una emergencia. Hay un concepto de importancia y cuidado acerca del equipo de telefonía celular que marca no solo la diferencia entre los géneros, sino en la forma de compartir y divertirse.

3.1.2.4 Un avance tecnológico que permite ser un disparador del diálogo con el otro en los momentos de ocio.

⁷¹ 19 años, Ariel, Morón.

⁷² 15 años, Julián, Castelar.

⁷³ 19 años, Enzo, Villa Sarmiento.

A través de los relatos se evidenció y, más aún en el plantel femenino, que el mensaje de texto es utilizado en situaciones dentro y fuera del hogar para ocupar tiempo libre tratando de ponerse en contacto con sus pares y así hacer más amena la espera o el paso de las horas de aburrimiento.

Una de las situaciones fue planteada por una joven de 23 años mientras esperaba su turno en el médico: *“me resulta más práctico que llamar porque a veces estás en un lugar o está aburrida y no puedes llamar porque estás capaz en un consultorio y mandas un mensajito: “Hola, ¿cómo estás?, cosas así. En vez de estar llamando es más práctico un mensajito”*⁷⁴. Otra adolescente de 15 años comentó por su experiencia: *“Con mis amigos, nada. O sea, es decir estoy aburrida, y ¿qué hago?, empiezo a mandar mensajes”*... *“Más que nada para pavecinar un domingo a la tarde que estás, ¿qué hago?, nada, mando un mensaje”*⁷⁵, y esto probablemente desde su hogar como este último ejemplo de otra entrevistada de 13 años expresando lo siguiente: *“Saber como anda otra persona, puedes pedirle algo, hablar con otra persona, cualquier cosa, cuando estás aburrido”*... *“ lo uso como tipo de mandarte un mensaje para comunicarte con otra persona o gente que está enferma o que está en otro lugar, o que está de viaje. Por ejemplo esta semana se fueron unos amigos míos a no se donde y me estuve mandando mensajes con ellos porque no estaban”*⁷⁶.

Sumando a esto se les consultó si con el envío de SMS podían mantener una conversación completa, porque quizás esto puede comenzar con un simple “¿cómo estás?” y luego se transforma una especie de charla de unos cinco o diez minutos entre enviar y recibir mensajes de texto. Y efectivamente, en su mayoría tanto varones como mujeres, contestaron que sí podrían mantener una conversación dependiendo del tema tratado y que podría insumirles una cantidad de entre diez y quince mensajes de texto. Algunos, no obstante expresaron que al hacerse tan extenso, preferirían realizar una pequeña llamada.

3.1.3 Nuevas prácticas comunicaciones surgidas con el uso del mensaje de texto.

3.1.3.1 Los temas que los adolescentes tratan a través de los SMS.

Del análisis realizado se deduce que los jóvenes, desde lo que están en el colegio secundario y pasando por los universitarios, saben discernir cuando un tema es relevante y requiere de un sumo cuidado o de no caer en malas interpretaciones, de aquel que no es tan importante y que puede ser abordado de una forma más rápida, sin demasiadas explicaciones. Desde este punto de vista es que los entrevistados

⁷⁴ 23 años, Erika, Castelar.

⁷⁵ 15 años, Yamila, Villa Sarmiento.

reconocieron desde su propio accionar y desde las comunicaciones que entablan con sus diferentes vínculos, cuales requieren de una llamada y cuales básicamente son tratados a través de un SMS.

En general encuadraron los temas por los cuales se comunican por mensajes de texto, entre los siguientes:

- ✓ Saber cómo está alguien (puede ser alguien de contacto diario o de alguien que no tienen noticias durante un tiempo)
- ✓ Arreglar salidas con los amigos (a veces también cambiar el rumbo inicial para ir hacia otro lugar)
- ✓ Intercambiar información del colegio y/o facultad (si hay tarea para realizar, alguna prueba para la cual estudiar, si hay dictado o no de clases, etc.)
- ✓ Avisar algo a mis padres (horarios de salida del colegio y/o universidad, avisar donde se encuentra por algún retraso o si ya está llegando al hogar)
- ✓ Avisar algo a mi pareja (en términos similares al del contacto con los padres o amigos).

Y cada uno de estos temas señalados tiene alguna particularidad por la cual el mensaje de texto es elegido por los adolescentes como la forma más adecuada para comunicarse. En el caso de “*saber cómo está alguien*” quizás viene a reemplazar la llamada telefónica que tiempo atrás cualquiera tenía con alguno de sus amigos tan solo para saber como se encontraba y tener una charla cotidiana de cinco a diez minutos, preguntarle al compañero que no asistió al colegio, qué le sucedió. También como puntapié inicial de una conversación momentánea para pasar el rato en caso de estar aburrido.

En cuanto al “*arreglo de salidas con amigos*” ya se explicó anteriormente y con algunos relatos transcritos que los adolescentes acuerdan sus salidas a través de los SMS ya que se han transformado en una práctica compartida el utilizarlos con este fin. Lo mismo ocurre con “*el intercambio de información vinculada a la facultad o el colegio*” siendo en el caso de los adolescentes de más corta edad, en situaciones tales como no haber copiado la tarea o haber prestado atención a la fecha de alguna prueba. Prefieren utilizar esta forma de comunicación que no los va a dejar en evidencia con sus padres y así lograr separarse de los roles infantiles.

⁷⁶ 13 años, Oriana, Haedo.

Asimismo, y en lo vinculado a *“avisarle algo a los padres y/o parejas”* en el caso de los más jóvenes surge como también ya se mencionó, en virtud de su cambio de vida y de actividades con el inicio del EGB y para tranquilidad de los padres de saber donde están en sus distintos horarios. Los que ya se encuentran cursando la universidad o quizás también trabajando, desde su propio concepto de seguridad lo utilizan de acuerdo a la hora que lleguen a sus hogares si cursan por la noche, para avisar si se retrasan, o si los pasan a buscar por la parada del colectivo. De alguna forma estas comunicaciones son alternadas con sus padres y parejas de acuerdo a los planes que tenían al terminar el horario de cursada o a la salida del trabajo.

Aquí no hubo una gran diferencia en cuanto a las respuestas por género. Tanto los varones como las mujeres se expresaron de manera muy similar.

- ✓ *“Si es un tema adolescente uso mensajito, si es algo más importante llamo”* (varón);
- ✓ *“y con mis papás, a dónde vamos y volvemos a tal hora”* (mujer);
- ✓ *“para avisar determinada cosa a una persona o para hacer un pregunta en particular”* (varón);
- ✓ *“consultas de la escuela o con mi mamá, dónde estoy, si voy a comer a casa”* (mujer);
- ✓ *“para preguntarle a mis amigas como están porque hace mucho que no las veo o a mi jefe para avisarle cierta cosa, con mi novio también”* (mujer).

3.1.3.2 S.O.S. ABREVIATURAS. ¿Surgió un nuevo código de comunicación con la implementación de los SMS?

A todos nos sucede que a diario al recibir un mensaje de texto encontramos que éste contiene palabras que, a simple vista, nos resultan mal escritas o bajo una especie de “código” del cual no todos están interiorizados.

Y quizás no se trate específicamente de que los adolescentes, que son quienes más lo utilizan, hayan creado un nuevo código de comunicación. El uso de una nueva tecnología hace necesaria la incorporación de variantes a la forma de comunicarse, y en el caso de los SMS lo que se ve afectado o modificado es la manera de redactar o de escribir ciertas palabras debido al espacio del cual se dispone para el texto, el tiempo que se le quiere dedicar a esa comunicación, la instantaneidad e inmediatez que se

persigue generalmente con el envío de un SMS. También influyen los cambios en la concepción de la comunicación como proceso en sí mismo que se ha dado en estos últimos años derivado justamente de los avances tecnológicos y la percepción que los propios jóvenes tienen de estos.

Realizando un análisis desde los aspectos sintáctico, semántico y pragmático podremos develar el interrogante planteado acerca del posible surgimiento de un nuevo código o lenguaje como consecuencia del fenómeno de los mensajes de texto y la forma que tienen de escribir en ellos el público adolescente.

El mensaje de texto con relación a la sintaxis y la semántica, tal como lo plantean los adolescentes, si se utiliza para informar acerca de temas puntuales o específicos o compartidos con el grupo de referencia, cumple bien su función de comunicación. Quien envía el mensaje sabe quien es el receptor del mensaje, por qué tema se comunica y como debe adecuar el contenido del mensaje para que quien lo reciba, pueda comprenderlo.

Actualmente lo que está muy en boga es esta nueva modalidad de acortar las palabras, lo que está muy lejos de asemejarse a aquellas abreviaturas aprendidas en el colegio en la clase de lengua o literatura. Varias de ellas, tal como lo explican los jóvenes, se escriben de acuerdo a la fonética, es decir como se pronuncian, sin importar como debiera escribirse correctamente o sin siquiera saber si existe una abreviatura para esa palabra.

Algunos de los ejemplos citados por los adolescentes con relación a este nuevo modismo fueron:

- ✓ Tenés que: “t q”
- ✓ Hola: “ola”
- ✓ Porque: “xq”
- ✓ Te quiero mucho: “TQM”
- ✓ ¿Cómo estás?: “¿C tas?”
- ✓ Beso: “bso”
- ✓ Que: “q”
- ✓ Palabras que comienzan con la sílaba ca, por ejemplo: “casa”; “ksa”
- ✓ Por favor: “X favor”
- ✓ Estoy: “toy”
- ✓ Después: “dps”
- ✓ Saludos: “salu2”

La primera explicación acerca de cómo surge la tendencia de escribir de esta manera en los SMS es que se sustituyen las vocales por aquellas sílabas, símbolos o números que al momento de ser leídos suenan de la misma forma que si estuviera la palabra escrita en forma completa. Actúa aquí una asociación interpretativa. Otro de los argumentos es que bajo esta modalidad escriben más rápido y en términos generales utilizan estas formas de expresión para con sus pares y no tanto con sus padres. En el caso de los que tienen padres más jóvenes o con más adhesión a las nuevas tecnologías, si lo hacen, los que tienen padres más grandes escriben la palabra completa o directamente los llaman porque saben que bajo esta forma no comprenden lo que les quieren decir.

En lo que hace a la pragmática, ya en parte se analizaron varias de las razones que llevan a los jóvenes a comunicarse con sus grupos con a través del mensaje de texto, su utilización como un medio para las bromas, entre otros. Sin embargo, queda otra instancia de análisis vinculada a la expresión de lo emocional con el envío de un mensaje de texto y a lo conductual en tanto pueda o no percibirse en estas comunicaciones. ¿Es esto fácil de detectar a través de un simple escrito que aparece en la pantalla del teléfono celular? Y en este punto, nuevamente citamos a Watzlawick quien con referencia a la comunicación digital y analógica, expresa que “el hombre es el único organismo que utiliza tanto los modos de comunicación análogos como los digitales”⁷⁷, aclarando en el término analogía que “debe incluir la postura, los gestos, la expresión facial, la inflexión de la voz, el ritmo y la cadencia de las palabras mismas, y cualquier otra manifestación no verbal de que el organismo es capaz, así como los indicadores comunicacionales que inevitablemente aparecen en cualquier contexto en que tiene lugar una interacción”⁷⁸.

La comunicación por mensaje de texto es principalmente a distancia con lo cual tratándose de un texto breve, simple y rápido podría pensarse que las emociones y sentimientos son difíciles de transmitir o que quedan por fuera y que el receptor del mensaje ni siquiera podría captarlos. Pero por el contrario, así como los adolescentes encontraron una alternativa para comprenderse mutuamente con simples palabras acortadas y rediseñadas, también utilizan los llamados “emoticones” para expresar sus estados de ánimo.

- ✓ Para expresar que algo está bien o que están contentos, utilizan lo que llaman una carita feliz: :))

⁷⁷ WATZLAWICK *Op. cit.*, p. 62.

⁷⁸ WATZLAWICK, *Op. cit.*, p. 63

- ✓ Si no están de buen humor o tristes, o si les fue mal en la escuela también pueden expresarlo con lo que sería una carita triste: :(
- ✓ También se utilizan los signos de exclamación como medio de expresión de algo que les causa alegría y por lo general no se utiliza un signo al comienzo de la frase y otro al final, sino que son varios juntos al final: Hola!!!!!!!!!!!!!!!
- ✓ Algunos los utilizan como relleno del mensaje o para hacerlo más simpático.

Es importante destacar que no todos los adolescentes o jóvenes se sienten cómodos con esta forma de escribir. Algunos comentaron que reciben críticas de sus amigos porque escriben las palabras completas argumentándoles que parece un testamento. Sin embargo, aunque algunos no los utilicen para comunicarse, si reciben un mensaje de texto con estas pseudo abreviaturas o símbolos que connoten estados de ánimo, los comprenden perfectamente.

Concluimos entonces en que a través de su conexión diaria y permanente con el envío de mensajes de texto los adolescentes encontraron formas de expresarse, comprenderse y de establecer, por así decirlo, un lenguaje en común con el que se sienten identificados y en su mayoría ya habituados y familiarizados. A esto nos referíamos en el primer capítulo del presente trabajo cuando se hizo mención al concepto de Rossana Reguillo de que *los jóvenes piensan en videoclip*, haciendo alusión a sus formas de compartir y comprenderse mutuamente.

3.1.3.3 La redacción de los SMS y sus limitaciones por cuestiones tecnológicas y económicas.

Al abordar este tema de los mensajes de texto, no debemos olvidar en principio el significado de SMS (Short Message Service) que traducido quiere decir, Servicio de Mensaje Corto. Con lo cual ya en su nombre aparece una característica digna de considerar de esta forma que nos ofrece un teléfono celular al momento de disponernos a escribir para comunicarnos. De acuerdo a lo explicado en capítulos anteriores, los SMS permiten una cantidad de entre 160 y 550 caracteres, dependiendo del modelo de teléfono que se utilice. Esto es algo que los adolescentes tienen muy presente no solo en lo que refiere a la posibilidad de expresión en un mensaje de texto y en como deben escribir para que todo ingrese en un solo mensaje; sino porque saben que una vez traspasado los límites de ese mensaje de texto, se da comienzo a un nuevo mensaje de texto con su consecuente costo y utilización del crédito disponible en el teléfono celular que irá bajando considerablemente.

Ejemplo de esto se dio en el análisis acerca de las razones por las cuales los jóvenes eligen comunicarse por mensaje de texto en vez de hacer una llamada telefónica. Una

de las respuestas que dio la mayoría fue: *“es más barato, gasto menos”*. En algunos casos el control de gasto en la tarjeta o abono, parte porque son los padres los que costean estos importes y si no les alcanza por un tiempo prudente, deben dar respuestas de por qué se les consumió el crédito o lo que es peor para los jóvenes, tener que esperar a que los padres le den el dinero para ampliar el abono o comprar una nueva tarjeta. Esto es lo que ocurre con los adolescentes que van desde los 13 a las 18 años aproximadamente, ya que los que superan los 18 años comienzan en general a trabajar y son ellos mismos los que solventan sus gastos del teléfono celular. En este caso, ellos realizan el control, en función de sus propios gastos y disponibilidad de dinero mes a mes.

Es decir entonces que la utilización de estas abreviaturas como ellos las denominan, no está ligada solamente a un código de comunicación común entre jóvenes, sino que es la resultante además de lo que está permitido convencionalmente y tecnológicamente por los equipos de telefonía celular, sumado al crédito total disponible de acuerdo al plan contratado con la empresa de telefonía celular, según funcione con abono personal, familiar o flota, o con tarjeta.

3.1.3.4 La comunicación a través del envío se mensaje de texto (SMS) y el chat (MSN). Semejanzas y diferencias.

En los últimos tiempos las PC y los teléfonos celulares se convirtieron en los canales de comunicación más utilizados. El correo electrónico se implementa a diario en los trabajos, para conectarse entre los mismos compañeros de la oficina o con los que se encuentran ubicados en sucursales en otras provincias y en otros países, como ser por ejemplo con las casas matrices de las compañías multinacionales. De la misma manera que el E-mail y la navegación en Internet se emplean para trabajar, en muchos de los hogares que pueden disponer de este servicio, se utilizan con distintos objetivos personales y familiares. Otros de los lugares que cobraron mayor auge para el público adolescente, son los conocidos “ciber” donde suelen asistir para conectarse desde una PC para hacer uso del servicio de Internet, para comunicarse con sus amigos y demás contactos a través del MSN (Messenger) y/o jugar en red con otros usuarios. El costo de la navegación es de entre \$1,00 y \$1,50 la hora de conexión, es decir que con un costo no muy elevado pueden estar varias horas en contacto y chateando (entablando un diálogo con otro usuario conectado a través de este servicio que funciona con conexión a Internet).

Se procuró indagar entre los entrevistados si la forma de escribir en los mensajes de texto podía tener alguna conexión con la forma de redactar en el MSN, que tiene una utilización anterior al SMS. Para algunos la inclusión de los símbolos y emoticones, puede ser más utilizada en el Messenger que en los SMS ya que hay equipos de celulares más antiguos que no son compatibles para su implementación o reproducción. Además de que el Messenger permite expresarse de una forma mucho más amplia en cuanto a la cantidad de caracteres, el envío de archivos para compartir, las horas de conexión que ya están dentro de un plan fijo por mes, en el caso de los servicios contratados en los hogares. En un ciber o locutorio se paga de acuerdo al tiempo efectivo de navegación. A diferencia del SMS y los créditos del celular, el escribir más o menos, no hará que se quede sin resto para conectarse cuantas veces quiera. Los costos en el celular son por minuto de llamada o por mensaje de texto y tienen un límite según la suma del abono o el valor de la tarjeta.

Por otra parte, el SMS y el MSN se utilizan en forma complementaria. Algunos comienzan conectándose por el MSN y luego se envían algunos mensajes de texto o acuerda también primero por SMS un horario para conectarse y chatear. Así es que una joven expresó: “*el teléfono lo tengo como podés tener la compu, la playstation, la tele*”⁷⁹. Se trata del combo de lo electrónico y la nueva tecnología de la cual disponen los jóvenes desde muy temprana edad para entretenerse y comunicarse. Otro joven comentó que en caso de quedarse sin celular lo primero que haría es “*avisar por MSN a sus amigos que no tiene celular*”. Todos saben como ponerse en contacto con sus pares y lo hacen generalmente a través de la comunicación digitalizada cualquiera sea el medio que tengan en ese momento a su disposición.

3.1.3.5 Sin el teléfono celular la vida de los jóvenes no resultaría tan fácil.

Con el fin de concluir el análisis de los puntos centrales que hacen al uso del teléfono celular, de acuerdo a las sus funciones que éste permite llevar a cabo, y antes de ingresar a la temática del vínculo con las empresas de telefonía celular propiamente dicho, se les consultó a los entrevistados acerca de cómo resultarían sus vidas sin el teléfono celular.

Los comentarios fueron desde un “*me moriría*” hasta un “*no creo que cambie demasiado*”, lo que resulta bastante antagónico. Pero para dar una idea más aproximada

⁷⁹ 15 años, Yamila, Villa Sarmiento.

de cómo se ven en la actualidad los jóvenes sin teléfono celular se exponen a continuación las de las respuestas divididas por género.

- ✓ *“No podría sacar fotos”, “no podría hablar gratis con mi novio”. (mujer)*
- ✓ *“Tendría menos control por parte de mis padres”. (tres de los veinte entrevistados dijeron esto – un varón y dos mujeres)*
- ✓ *“Sería difícil porque creo que siempre hay que decirle algo a alguien”. (varón)*
- ✓ *“Sería complicado. Ya me acostumbré. Mis amigas no me llaman al teléfono de línea”. (mujer)*
- ✓ *“Me muero”. (mujer)*
- ✓ *“Ya no se puede estar sin teléfono. Casi todo el mundo lo tiene es una norma. Ya no me imagino, si te tenés que comunicar con alguien ya el teléfono público ni lo uso”. (mujer)*
- ✓ *“Si hay alguien con quien prefiero hablar por SMS que llamarlo, no lo haría, si no lo tuviera... calculo. Teniendo a mis papás cerca, es más práctico el mensaje o también por vergüenza de hablar con esa persona”. (mujer)*
- ✓ *“Nada, para mí es un pasatiempo como la compu o la playstation. Tenemos el teléfono por una cuestión de comodidad pero si no existiera, tenés los teléfonos públicos”. (mujer)*
- ✓ *“Se me complicaría mucho. Nos avisamos las pruebas, la tarea”. (varón)*
- ✓ *“Por las funciones, si no lo tuviera tendría que llevar una cámara, filmadora, un MP3, todo en el bolsillo. Tengo todo en el celular, me ayuda un montón”. (varón)*
- ✓ *“No puedo vivir sin celular, es como que necesito estar comunicada. Me muero. Me sentiría desconectada del mundo. Sin no puedo llamar me falta algo, lo tengo incorporado”. (mujer)*
- ✓ *“Avisaría por MSN que no tengo celu y trataría de conseguir otro y un chip”. (varón)*
- ✓ *“Se complica un poco, porque mis amigos me tienen que llamar desde un público o venir hasta casa”. (varón)*
- ✓ *“Todo lo organizo desde el celular, mis salidas del fin de semana”. (varón)*
- ✓ *“Me volvería loca. No sabría como comunicarme. Sería más gastadero tener que ir a un locutorio o si me pasa algo como aviso, o si me quedo en la calle, prefiero el celular como sea”. (mujer)*
- ✓ *“El celular te salva si te pasa algo”. (mujer)*

- ✓ “Hablaría más por teléfono de línea”. (varón)
- ✓ “En realidad estoy acostumbrado a pasar tiempo sin el celular porque me lo olvido o porque se me ha roto. No pasaría nada si no lo tuviera”. (varón)
- ✓ “Llamaría de un público, no me haría mucho problema”. (varón)

Estos comentarios son el resultado en principio de la personalidad de cada uno de ellos como así también, de la importancia que para cada uno en particular ha cobrado el teléfono celular en sus vidas sea por comodidad, por hacer las comunicaciones más fáciles y habituales, por razones de seguridad en la calle, o quizás porque el celular lo obtuvieron como un regalo o más por un interés de sus padres y les da igual tenerlo, es más, algunos preferirían no tenerlo.

Pero en términos generales, y más en el plantel femenino, la ausencia del celular se vive como una especie de catástrofe porque ya ni se les ocurre llamar desde un teléfono público o desde un locutorio si no lo tuvieran. Pareciera que se le cierran los canales de comunicación posibles o más aún, que los teléfonos o los lugares que antes de aparecer el celular les permitían comunicarse por cualquier motivo, hoy ya no existen.

En cambio los varones, quienes más han experimentado el hecho de estar sin teléfono celular por extravío del equipo, rotura o algún robo, consideran que no cambiaría esto mucho sus vidas y que tienen a su disposición los “públicos” para comunicarse. Buscarían la manera alternativa de comunicarse a la ausencia del teléfono celular. Para algunos de ellos resultaría complicado porque utilizan el teléfono celular en concordancia a varias de las funciones que tiene más allá de los comunicacionales, pero son la minoría.

3.1.4 El público adolescente y el vínculo con las empresas de telefonía celular.

3.1.4.1 Elección: teléfonos celulares de avanzada vs. servicio de telefonía móvil.

Para abordar a los adolescentes como un público específico de las empresas de telefonía celular, debemos contemplarlos desde su rol de consumidores de equipos de teléfonos celulares y de los servicios de conexión provistos por las empresas de telefonía móvil.

Actualmente, en la Argentina las empresas de telefonía móvil que lideran el mercado son PERSONAL, MOVISTAR y CLARO (ex CTI) y al comenzar este trabajo de investigación uno de los interrogantes claves era dilucidar como llegaban los jóvenes a estas compañías para decidir con cual de ellas funcionarían sus equipos.

Las variables planteadas fueron:

- El costo por minuto de llamada.
- El costo por envío de mensaje de texto.
- El alcance de la conexión para tener servicio en distintos lugares del país.
- La cantidad de mensajes de texto que ofrecían, los llamados “Packs de SMS” como se conocen a través de las publicidades de las empresas.
- Promociones por compra de más de un equipo, entre otros.

Al indagar acerca de la empresa con la cual funcionaba su primer equipo de teléfono celular y cómo fue esa elección, la gran mayoría expresaba que el modelo que querían en ese momento era más barato con una empresa que con las otras. Es decir entonces que, en principio, lo que importaba era tener ese modelo de teléfono celular con las funciones deseadas al menor costo posible. Así es que las que lideraban en ese momento de decisión de compra de los jóvenes eran las empresas proveedoras de equipos (LG, MOTOROLA, SAMSUNG, NOKIA) por sobre las tres compañías de servicio de telefonía móvil.

Algunas de las respuestas que revelan de qué forma adquirieron el teléfono y la consecuente empresa de telefonía móvil, son las siguientes:

- ✓ *“Fue al azar, combinaba con el equipo que yo quería”.*
- ✓ *“El equipo estaba más barato que con las otras empresas”.*
- ✓ *“Me hacían un descuento importante con el teléfono que quería en ese momento”.*
- ✓ *“El equipo que quería venía con CTP”.*
- ✓ *“Me encapriché con un modelo muy nuevo que solo tenía CLARO”.*

De esta manera se concretó la primera aproximación de vínculo entre los adolescentes y las empresas de telefonía celular. Luego, con el paso del tiempo fueron comprobando a través de su propia experiencia los resultados del alcance o llegada de la red de telefonía, sumado a lo que abonaban por el envío de mensajes de texto y/o realización de llamadas, y así pudieron empezar a comparar y determinar si el próximo teléfono celular lo iban a adquirir con la misma empresa o consultarían en otras para decidir con cual se quedarían.

3.1.4.2 Un buen servicio y bajos costos determinan la elección de una compañía.

Tal como lo mencionaba Joan Costa: “las nuevas mutaciones hacen necesario crear un estilo profesional de servicio basado en la calidad. Una nueva cultura de empresa centrada en la calidad del servicio y orientada al individuo”⁸⁰. En este caso se trata de orientarse a los adolescentes como un público que, como tantos otros, comparten hábitos y gustos convergentes. En este punto García Canclini agrega que “el mundo es un mercado diferenciado constituido por capas afines. No se trata, pues, de producir o vender artefactos para todos sino promoverlos globalmente entre grupos específicos”⁸¹. Los jóvenes, evidentemente, al principio priorizan el avance tecnológico de los equipos como ser el poder sacar fotografías, escuchar música a través del MP3 o la radio, grabar videos con los amigos. Sin embargo, y dicho por ellos mismos, una vez que tuvieron e hicieron uso de esa función específica del equipo, lo que cobró importancia fue el hecho de poder comunicarse correctamente con el entorno, ya sea a través de los mensajes de texto o de las llamadas telefónicas y en lo posible, a un costo razonable.

Resulta entonces que aquellos que por un determinado equipo contrataron el servicio con una de las empresas de telefonía celular al azar y tuvieron buenos resultados, al momento de cambiar el equipo por la razón que sea, vuelven a elegir la misma empresa. En tanto que aquellos que no obtuvieron buenos resultados o les resulta demasiado costoso el servicio, se basan en la experiencia de otras personas de referencia como pueden ser los padres, si es que sus equipos funcionan con otra empresa y tienen un buen servicio o buscan directamente en aquellas que les resultan más económicas.

Algunos de los comentarios de los jóvenes con respecto a este punto fueron: “*mi papá tenía PERSONAL y le funcionaba bien. Mi mamá tiene CLARO y hay lugares donde no le agarra*”; “*PERSONAL es muy cara. De ahí cambié a CTI que no me gustó y de ahí a MOVISTAR. Es más barata y casi todos tienen MOVISTAR. Es más barato para mandar mensajes. También por la señal*”; “*después de probar las tres me quedé con MOVISTAR porque era a la que le tenía más confianza*”; “*siempre usé esa y me pareció confiable*”; “*siempre me resultó buena desde el primer celular*”; “*no quiero cambiar de número aunque me quisiera cambiar a PERSONAL que tiene un abono para hablar entre muchos gratis*”.

De estas experiencias compartidas se pueden destacar algunos conceptos que hacen a la relación usuarios de telefonía celular – empresas de telefonía y otros que ayudan a

⁸⁰ Costa, Joan. “Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales.” FUNDESCO, Madrid, 1992, p.122

⁸¹ García Canclini, *Op. cit.*, p. 113.

reforzar la construcción identitaria con el grupo de pertenencia en función de la elección de la empresa.

En lo referido al primer punto, dos de las respuestas transcritas hacen hincapié en la confianza que les genera la empresa y que es por ello que continúan apostando y eligiendo a la misma compañía. Esta imagen de la empresa se creó seguramente como consecuencia de los buenos resultados obtenidos y de haber experimentado también un servicio de buena calidad en todos sus sentidos. En cuanto al segundo, aparece el *“casi todos tienen tal empresa”* o *“tal empresa tiene un abono para hablar entre muchos gratis”*. Aquí aparece el verse reflejado en el otro, el tratar de funcionar de la misma manera y poder conectarse con el grupo de referencia a través de la misma línea y con costos muy bajos o hasta quizás en forma gratuita. Todos los que compartan esta propuesta de la compañía pueden ser beneficiados económicamente.

3.1.4.3 El SMS en la comunicación público adolescente – empresa de telefonía celular.

Las propias compañías de telefonía celular están implementando desde hace un tiempo el envío de SMS para informar a sus clientes acerca de distintas promociones vinculadas a la recarga de cierto monto en el celular, participar en sorteos de automóviles, ingresar en la página web de la compañía para ver nuevas propuestas comerciales, entre otros.

Algunos de los entrevistados quisieron comprobar si lo que les comunicaban a través de un mensaje de texto era cierto y llevaron a cabo la propuesta. Uno de los jóvenes recuerda cuando recibió un mensaje de texto que decía: *“cargando \$30 se acreditarán \$60”*, hizo la carga correspondiente y comprobó que era así, tenía el doble del valor acreditado en su cuenta. Otra de las propuestas que llegaban a través de un SMS era: *“enviando un SMS a determinado número te regalamos 200 mensajes de texto gratis”*, también lo han probado y funcionó. Algunos por lo menos una vez han realizado la recarga de su tarjeta con un SMS.

Evidentemente el envío de mensaje de texto entre las empresas de telefonía celular y su público destino se lleva a cabo por temas puntuales, principalmente emitidos por la empresa y queda luego a criterio del receptor del SMS el dar curso a la propuesta recibida, que tiene que ver con una acción concreta y no con una respuesta hacia la empresa en el mismo momento que recibe el mensaje de texto y con un nuevo mensaje.

En algunos casos esas propuestas son totalmente descartadas por los jóvenes. Uno de los entrevistados comentó: *“los mensajes que me llegan de CLARO los ignoro”*⁸². Con lo cual resulta muy difícil bajo esta práctica de las empresas de enviar SMS y no obtener un acuse de recibo o respuesta concreta por parte de los receptores, decir que están comunicándose con su público, ya que tan solo queda en una instancia informativa.

Asimismo, los adolescentes contestaron casi en su totalidad que ninguno utiliza el envío de SMS para comunicarse con las empresas de telefonía celular y que tampoco lo consideran la forma de comunicación más acertada para ponerse en contacto con la compañía por alguna cuestión a resolver.

Quizás esto tenga relación a lo que en párrafos anteriores se analizó con referencia a los temas que para ellos pueden tratarse a través de un SMS. Los temas importantes prefieren hablarlos telefónicamente. Un joven comentó con referencia a este punto: *“sería cómodo que te avisen cuando vence la factura, el saldo, cosas típicas”*⁸³. Como se puede apreciar en este caso también la empresa asumiría el rol de emisor estableciendo una comunicación o vínculo con su público destino, en este caso con un adolescente, pero solo con fines informativos, no en una instancia de diálogo.

3.1.4.4 Los adolescentes prefieren que alguien de la empresa atienda telefónicamente sus inquietudes y reclamos.

Por lo expuesto anteriormente, este público no se siente muy cómodo o identificado con el envío de SMS para entablar una comunicación fluida con la empresa de telefonía celular con la que funciona su equipo. Por el contrario, si tienen alguna inquietud o tema que resolver con la compañía eligen comunicarse telefónicamente. Y las razones que sustentan esta elección las expresaron de la siguiente manera:

- ✓ *“para algo muy complicado el mensaje de texto se puede malinterpretar”*
- ✓ *“es más incómodo el SMS para estas cosas”;*
- ✓ *“el mensaje de texto puede no llegar”;*
- ✓ *“el hablar te asegura la respuesta”;*
- ✓ *“sería difícil explicar toda la situación con un SMS”;*
- ✓ *“se pierden muchas cosas con el mensaje de texto”;*

⁸² 14 años, Nahuel, Villa Sarmiento.

⁸³ 19 años, Pablo, El Palomar.

- ✓ *“te mandan direcciones de Internet y cosas así, no quiero descifrar un mensaje de texto”.*

Todas estas cuestiones que prácticamente no aparecieron como un impedimento para comunicarse y ponerse en diálogo vía mensaje de texto con sus vínculos más cercanos, sí aparecen ahora cuando el destinatario es la compañía de telefonía celular.

Esto hace referencia al contacto directo con el centro de atención al cliente de las empresas. Los jóvenes explicaron que ante una consulta llaman a la línea 0800 de la compañía o marcan desde el celular el asterisco y número provisto por la empresa para hablar con un representante. Aquí volvemos al concepto de la empresa como tal, en cuanto a lo que es en sí misma y la imagen que de ella se genera el público adolescente de acuerdo a la respuesta que reciban y la forma en la que ésta se desarrolle. Esto también será uno de los aspectos que considere el público en su calidad de cliente y consumidor para continuar eligiendo o no a la misma compañía.

Hubo dos o tres entrevistados solamente que expresaron que si existiera la posibilidad de hacer consultas por SMS les resultaría más cómodo, y uno de ellos agregó con respecto al contacto con las empresas que *“no le gusta que lo dejen esperando en el teléfono”*, razón por la cual elegiría el mensaje de texto, tan solo para evitarse un aspecto que considera negativo. Los que se comunicarían a través de una llamada telefónica lo vincularon a su preferencia de que los atienda una persona y asegurarse de que la inquietud es tomada por alguien que responde por la compañía y que va a ser resuelta.

Es decir entonces que difícilmente las empresas de telefonía celular y el público adolescente se puedan poner en diálogo con un simple SMS, de la misma forma que los jóvenes lo realizan con su grupo de referencia y vínculos más cercanos. Deberán las empresas de telefonía celular buscar otras alternativas desde las comunicaciones institucionales para comunicarse con este público específico y así crear un vínculo que pueda satisfacer no solo las necesidades de los jóvenes en su rol de consumidores y usuarios, sino continuar construyendo lazos de confianza con éstas y acrecentar así su imagen positiva como organización.

3.1.4.5 Los SMS que envían las empresas de telefonía celular son impersonales y están dirigidos a toda su masa de públicos.

Todas las compañías de teléfono celular envían regularmente mensajes de texto a sus clientes. Como ejemplo de ello citaremos algunos de los enviados por la empresa PERSONAL. Generalmente los mensajes al teléfono ingresan con un código alfa numérico como emisor “+813”. Uno de estos mensajes dice: *“Sabias que tus puntos Club Personal te alcanzan para*

canjear increíbles premios? Ingresar a www.clubpersonal.com.ar, consulta tus puntos y prémiate”. Otro de los SMS informa lo siguiente: “Con Personal comunícate mucho más con otros clientes de Personal! HOY con recargas de: \$30 a \$100 te llevas el DOBLE DE CREDITO y de \$20 a \$29 te llevas 100 SMS”. Por último otro mensaje cuyo contenido es: “Personal te conviene! Con las Nuevas Tarjetas SMS puedes enviar mensajes x 30 días, a un valor mucho más conveniente! + info en www.personal.com.ar”.

Si consultáramos a cualquiera de los jóvenes entrevistados acerca de los mensajes que reciben de sus empresas de telefonía celular seguramente tendrían miles de casos similares para comentar de SMS que reciben a diario o en forma habitual con este tipo de información. Algo de cierto había entonces en algunas de las respuestas que dieron algunos adolescentes, en cuanto a que la empresa de telefonía celular los llevan directamente a las páginas webs institucionales para ampliar la información, con lo cual el SMS sirve para comunicar una parte de todo aquello de lo que empresa quisiera comunicarle a sus usuarios.

Por otra parte, dos de las propuestas enviadas por la empresa de telefonía celular requieren de una inversión extra de dinero por parte del receptor del mensaje para acceder a este tipo de promociones. En lo que refiere al público adolescente específicamente, como se ha explicado a través del análisis y de las exposiciones por ellos mismos realizadas, se desprende que los de menor rango etario dependen de que sus padres estén dispuestos a darles el dinero para poder acceder a este tipo de propuestas. Con lo cual, los mensajes de esta naturaleza deberían ser enviados a un público que tenga el poder de decisión y dominio de sus propios ingresos, que generalmente está dado en los jóvenes mayores de 18 años que es la edad promedio en la que se comienza a trabajar.

Estos SMS que envían PERSONAL, MOVISTAR y CLARO en sus distintas variantes llegan a todos los usuarios sin distinción de edades, sexo, intereses, nivel económico, etc. No sólo los autores reconocidos en el ámbito de las comunicaciones institucionales como ser Joan Costa, Paul Capriotti y Villafañe, entre otros, hacen hincapié en la importancia de definir de una forma clara y precisa los distintos públicos destino de las organizaciones, para poder adecuar el mensaje, elegir el medio más idóneo para llegar a estos públicos de una manera efectiva, lograr los objetivos planteados y por sobre todo tener un feedback de esta comunicación. Autores de Marketing como Philip Kotler y profesionales destacados en esta materia dan cuenta de la importancia de la segmentación de públicos, incluso en rangos mucho más definidos dentro de cada público, hasta lo que se dio en llamar la comunicación “uno a uno” que representa el contacto directo con cada uno de los usuarios o clientes de manera exclusiva. En este punto los SMS enviados por las empresas de telefonía celular están bastante lejos de cumplir con algunas

de estas premisas básicas que deberían ponerse en práctica para afianzar el vínculo con los usuarios y hacer las comunicaciones mucho más efectivas.

3.1.4.6 “El Desafío de Comunicar en la Era Digital”.

Este es el título de una nota mencionada en el Capítulo I del presente trabajo de investigación, en la que el periodista y docente Antonio Ambrosini, lleva a empresas y comunicadores a pensar acerca de este cambio en el que todos estamos insertos a partir del avance de la tecnología, de las nuevas formas de comunicación, pero por sobre todo de lo que hace a las diferencia generacionales y a lo que a cada una de ellas hace sentir más cómodas o identificadas. En lo que refiere a los jóvenes, los asocia directamente con los medios audiovisuales, con lo cual también acuerdan Reguillo, Margulis, Martín Barbero y Pérez Rodríguez.

Las representaciones imaginarias seguramente no resulten iguales en los adolescentes al momento de recibir un SMS según sea el emisor alguien perteneciente a su grupo de vínculos más cercanos o la empresa de telefonía celular. Si el adolescente recibe un mensaje de texto de un amigo, de sus padres o de otro vínculo cercano, con tal solo leer el nombre del emisor en el celular aparecen inevitablemente asociadas en la mente del receptor actividades, sentimientos, historias, cercanía y demás cuestiones que dan cuerpo e identidad a esa persona que está también detrás de una pantalla de teléfono. En cambio, cuando aparece algún mensaje de texto enviado por la compañía de telefonía celular no hay registro ni de quien envía el mensaje, como es el rostro de quien lo está enviando, si se trata de un mensaje disparado desde una central telefónica, además de que no requiere de una respuesta instantánea con otro SMS, sino que pretende del receptor una respuesta traducida en acción como podría ser la compra de una tarjeta para recargar, ingresar a la página web de la empresa en búsqueda de cierta información, entre otras.

Descubrimos entonces que en la era de la comunicación digital en la que los jóvenes tienen incorporado el envío y recepción de mensajes de texto a diario, al momento de comunicarse con las empresas de telefonía celular prefieren hacerlo a través de una vía más tradicional como lo es la llamada telefónica. El adolescente, y basándonos en varios de los relatos descriptos en puntos anteriores, interpreta al oír la voz de alguien en el teléfono que en la empresa hay una persona dispuesta a escuchar el planteo, la inquietud, la sugerencia y que de alguna manera va a obtener una respuesta o resolución. Si lo hicieran a partir de un SMS podría pasar lo mismo que ellos hacen con los mensajes de texto que la empresa les envía, es decir ignorarlos o descartarlos.

Así es que llegamos a otro de los puntos centrales de este trabajo al referirnos a los modos de significación, la configuración del sensorium, esta idea de estar frente a la pantalla de una PC o de un teléfono móvil, y tener la sensación de que la otra persona está ahí a pesar de la distancia.

Esto es lo que hace a la interacción vía mensaje de texto entre dos personas como individuos. Sin embargo, si trasladamos este concepto a la interacción entre el público y la empresa no funciona de la misma manera. Aquí debemos valernos del concepto de imagen en la mente de los públicos, y que va más allá de una acción concreta de comunicación. Como ya se dijo anteriormente, se crea con las distintas formas a través de las que se vinculan con ellos como así también con otras acciones y actitudes que hacen a la organización como parte integrante de una sociedad.

3.2. CONCLUSIONES

3.2.1 Las comunicaciones institucionales entre las nuevas prácticas socioculturales y los avances tecnológicos.

A través de los distintos capítulos que componen el presente trabajo de investigación se hizo especial énfasis en la importancia que cobran el contexto económico, político, social, cultural, histórico, entre otros, en lo referido a las elecciones que realiza una generación en un momento determinado para comunicarse, para darse a entender, para expresar lo que siente o como perciben el mundo en el que viven y su realidad.

Actualmente nos encontramos en un momento sociocultural en el que comunicación y tecnología van totalmente unidas, no sólo en nuestro país sino a nivel mundial y que van determinando nuevas formas de realizar algunas actividades como así también de crear el vínculo entre las personas. Para quienes pueden disponer de estos nuevos avances de la era digital hacen ver todo mucho más fácil y por sobre todo, móvil. El CD de música que antes se escuchaba en el equipo musical, hoy se puede escuchar en la PC o a través de un pequeño aparato de MP3 o MP4 y que se puede llevar a todos lados, incluso conectarlo al estéreo del auto y escuchar así la música que uno desee. Además de que si uno quiere obtiene los temas desde la PC bajándolos de Internet y sin tener que comprar el CD. La PC también ha sufrido sus modificaciones y actualizaciones. Se pasó del equipo fijo en los hogares, la escuela y los lugares de trabajo, a la notebook que se puede trasladar al lugar que uno quiera y hasta con conexión del Internet a través del sistema WiFi. Y el teléfono celular siguió en esta línea, de solamente permitir hablar con cualquier persona y desde cualquier lugar, o enviar y recibir mensajes de texto como funciones básicas, hoy también tienen conexión a Internet, brindan la posibilidad de escuchar la radio, temas en MP3, y los más sofisticados ya permiten también consultar sus correos electrónicos y contestarlos desde el mismo equipo.

Los distintos grupos que integran las sociedades van incorporando y haciendo uso de estos productos tecnológicos, y en el caso de las PC y de los teléfonos celulares, mayoritariamente con fines comunicacionales a través de los distintos canales que éstos ofrecen: el chat, los e-mails, los mensajes de texto, las llamadas móviles, entre otros. Y es el grupo de los adolescentes, el de los jóvenes, los que se sienten totalmente identificados con estos avances y estas nuevas formas de comunicarse, para algunos de ellos podría resultar sumamente difícil no tener estas vías de comunicación disponibles para estar permanentemente en contacto con sus grupos de referencia, o mismo ya no conciben sus vidas sin ellos. Los jóvenes son básicamente consumidores y usuarios de

estos productos, por tal motivo las empresas de telefonía celular deben reconocerlos como un público específico al que deben conquistar y satisfacer para ir afianzando el vínculo, en lo que en términos comerciales e institucionales refiere.

En este punto, la comunicación corporativa de las compañías de telefonía celular tiene un papel fundamental ya que debe acompañar la transformación en las conductas y demandas de este público ante el avasallante desarrollo de la tecnología, por las propias empresas lanzado al mercado. Esto no significa que las compañías deban comunicarse con sus usuarios de la misma forma que los usuarios hacen con sus pares. Habrá que descubrir dentro de este avance tecnológico cuál o cómo sería la forma más adecuada para ponerse en diálogo con el público destino. Sin ser las estrategias de comunicación de las compañías el objeto de estudio del presente trabajo, tener en cuenta la opinión de los públicos, como ser en este caso particular el del público adolescente, siempre resultará de suma utilidad para que éstas puedan idear comunicaciones acordes y eficaces.

Hoy día se evidencian distintas herramientas de las cuales se valen MOVISTAR, CLARO y PERSONAL para comunicarse con sus clientes, entre los cuales se encuentran los jóvenes. Por un lado están las campañas publicitarias en radio, televisión, vía pública, medios gráficos e Internet, en las cuales el mensaje está básicamente orientado a informar sobre promociones, beneficios y servicios que van unidos al equipo de teléfono que se elija (MOTOROLA, LG, SAMSUNG, NOKIA). Otra de las estrategias, consta de la instalación de stands informativos y de venta de equipos en lugares públicos como ser shoppings, estaciones terminales de trenes, entre otros. Se envían folletos explicativos e informativos de temas varios para el usuario junto a la factura para pagar todos los meses, en el caso de los que cuentan con abono. Y si bien podríamos nombrar algunas más, la que es más reciente y que además es objeto de análisis de este trabajo de tesis es la implementación de los SMS para comunicarse con sus usuarios.

Varias son las razones que se expusieron en este capítulo de análisis que dan cuenta de que la comunicación vía mensaje de texto entre los adolescente es un fenómeno que forma parte de su propia cultura y que funciona de manera fluida, en tanto que el contacto vía SMS con las empresas de telefonía celular no logra instalarse con gran adhesión o aceptación por parte de este grupo específico.

Por tal motivo, las empresas deberían preguntarse si en su afán de subirse también a la vorágine de los avances tecnológicos han contemplado cuestiones fundamentales como las siguientes:

- Aquella forma de comunicación que es muy efectiva para las relaciones interpersonales, puede que requiera de una estrategia específica para adaptarla a las comunicaciones entre empresa y usuarios.
- Los mensajes enviados de forma masiva así son tomados por los distintos públicos, como generales, impersonales, por lo cual no contribuyen a reforzar el vínculo con los clientes.
- Los adolescentes con el mensaje de texto buscan instantaneidad, rapidez, complicidad y que esto está muy lejos de lo que ellos perciben al recibir los mensajes de las empresas que por lo general están vinculados a propuestas comerciales, y en las cuales a veces no pueden decidir por ellos mismos sino a través de sus padres.
- La empresa en sí misma es un ser abstracto y muy amplio que requiere de un ser tangible o identificable, para de esta manera si poder quizás ponerse en diálogo a través de un mensaje de texto.
- Las razones que los llevarían a comunicarse con la empresa las consideran importantes y por ello prefieren hablarlas por teléfono antes que tratarlas con un simple mensaje de texto.

Es decir que cualquiera de las acciones de comunicaciones institucionales que implementen las empresas de telefonía celular para llegar con éxito a este público específico y a los otros, deben estar encuadradas dentro de una estrategia y con un objetivo bien planteado, se trate de comunicaciones más tradicionales o de aquellas que se encuentran atravesadas por los avances tecnológicos.

3.2.2 Posicionarse ante el público adolescente con una imagen positiva.

Es fundamental en todo proceso de comunicación conocer al receptor para poder adecuar los canales, el código, el mensaje, de manera tal que el emisor a través del feedback pueda evidenciar si ha cumplido su objetivo o si el receptor ha comprendido lo que se le quiso comunicar. Es por esta razón que resulta fundamental para las empresas de telefonía celular identificar de forma clara y precisa a sus distintos grupos objetivos, algunos porque ya forman parte de los clientes o usuarios consolidados y

otros porque son potenciales. De esta forma conociendo sus gustos, preferencias, inquietudes e intereses resultará mucho más fácil ponerse en diálogo y así cumplir con los objetivos que se plantea la empresa y con los deseos de los públicos.

Este trabajo de investigación pretende ser una primera instancia de análisis y reflexión para las compañías de telefonía celular acerca del público adolescente, que ya es decisor de compra, exige, reclama, indaga, averigua, se actualiza y que además cuenta con las ventajas de sentir al teléfono móvil como un elemento básico para su vida diaria y que con el tiempo, se transformará en un público adulto que maneje estos equipos a la perfección, característica que hoy no se ve tan presente en este grupo etario.

Así entonces unificando los intereses de los adolescentes con aquellas herramientas con las que hoy cuentan las empresas de telefonía celular a su alcance para llevar adelante estrategias de comunicación, se podrán obtener resultados más que exitosos, en la fidelización de clientes, en el nivel de satisfacción por el servicio, en las tarifas ofrecidas, y que no necesariamente tengan que basarse en el envío de mensajes de texto. El servicio de atención al cliente fue una de las herramientas comunicacionales que los adolescentes remarcaron como importante al momento de que ellos tuvieran que comunicarse con la compañía por cualquier eventualidad. Si indagamos en otros públicos y en rubros distintos al de la telefonía celular, tanto clientes como usuarios coincidirán en estas cuestiones de que no les gusta que los tengan mucho tiempo esperando en el teléfono, o que un contestador les de miles de opciones hasta que los atienda una persona, o que una vez que alguien de la empresa los atienda pueda resolver sus inquietudes de una forma eficiente, eficaz y por sobre todo rápida. Es por esta razón que las compañías deben contar con personal altamente capacitado, con buena dicción y modos, bien informados y con capacidad de resolución inmediata para así lograr un alto nivel de satisfacción en sus clientes. En el caso particular del público joven esperan que así resulte de tener que comunicarse con la compañía por algún reclamo o inquietud, de acuerdo a lo que han manifestado a través de las entrevistas.

Asimismo, los reportes emitidos por el servicio de atención al cliente deben ser considerados de manera que sirvan a la compañía para detectar cuellos de botella o aquellas instancias en las cuales los públicos no están tan satisfechos y definir entonces las medidas correctivas para encausarlas.

Por último también hay que recordar que el público adolescente se vincula además de con sus pares, con sus padres, con sus docentes, con los profesores de las actividades que realizan en clubes o lugares vinculados al arte, y también hablan y comparan con

ellos acerca de cómo les resulta el servicio de su actual telefonía celular y la de los otros. El público adolescente puede influenciar a los demás o ser influenciado por la experiencia de los otros para decidir quedarse en la misma compañía de telefonía celular o cambiarse. Se trata de un público rico e interesante que requiere de ser tratado de forma diferenciada, como ocurre con los demás públicos, y con la que descubra que se lo tiene en cuenta y que se le está hablando a él.

CAPÍTULO 4

“ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES DE LAS EMPRESAS DE TELEFONÍA CELULAR CON EL PÚBLICO JOVEN ANTE ESTE FENÓMENO”

Como profesionales de las comunicaciones institucionales no podemos quedarnos únicamente en la estrategia del envío o no de mensajes de texto para comunicarnos y establecer un vínculo estrecho entre el público adolescentes y las compañías de telefonía celular. Se trata de contar con diferentes alternativas para cautivar a este público específico, ya sea con estrategias comunicacionales que impliquen subirse a los avances tecnológicos y otras más tradicionales.

4.1 El contacto vía SMS.

Probablemente no haya que descartar el envío de SMS por parte de las empresas de telefonía celular a los jóvenes, pero si se deberá replantearlo estratégicamente y de una forma tal que el adolescente una vez que lo reciba tenga la posibilidad de contestarle a la compañía también con un mensaje de texto, que empiece a mostrar a este tipo de comunicación más acorde a la forma en que ellos la emplean con sus vínculos más cercanos.

Las empresas de telefonía celular deberán evaluar si cuentan con las herramientas necesarias para dar este vuelco, pero necesariamente los mensajes deben ser personalizados, por ejemplo que al abrirlo el joven encuentre un: *“Hola Juan, queremos saber si estás conforme con nuestro servicio o si hay algo que podamos mejorar”*. De acuerdo a lo que responda, contestar con un: *“muchas gracias por tu respuesta”* o *“veremos que podemos hacer, nos estaremos contactando, muchas gracias”*. Así el mensaje de texto podría comenzar a tener otra connotación para los adolescentes, probablemente lo encuentren mucho más acorde a como ellos implementan el SMS para comunicarse y comience a ser una alternativa más de comunicación entre los jóvenes y la empresa.

4.2 El servicio de atención al cliente en lugares públicos.

Muchas de las otras vías de comunicación que hoy tienen en marcha las empresas de telefonía celular suman y acompañan la estrategia global para comunicarse con sus públicos. Por ejemplo, CLARO ha instalado en el Plaza Oeste Shopping de la localidad de Morón, un negocio exclusivo de atención al cliente con personal atendiendo todo tipo de preguntas y reclamos, que también marca la diferencia de estar constantemente contactándose con los clientes y usuarios con objetivos comerciales o que los usuarios deban trasladarse a las oficinas centrales de las

compañías para tratar ciertos temas de interés. Esto es algo que esta empresa ha sabido reconocer de lo que claramente han planteado los adolescentes a través de sus relatos: “*quiero que alguien de la compañía me atienda*”.

Dando respuesta a este planteo es como se va perfilando y construyendo el vínculo, de una forma más práctica y económica para los usuarios, o en forma complementaria ya que puede diagramar el tiempo que estarán en el shopping para compras y esparcimiento y además, resolver lo que necesite con su empresa de telefonía móvil. Recordemos que hoy los shoppings son unos de los lugares de encuentro más utilizados por los adolescentes y que resultaría un recurso más que interesante para ellos.

4.3 Debates y charlas informativas en los colegios.

Traído por la autora María Amor Pérez Rodríguez en su libro “Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios”, es una inquietud para los docentes este fenómeno de los SMS entre los adolescentes, incluso ella plantea que la forma de utilización que los adolescentes hacen de éstos superan las expectativas de las propias empresas de telefonía celular.

Podría ser un buen recurso para los docentes, los jóvenes y las propias compañías de telefonía celular instalar el debate en los colegios y que desde cada uno de estos roles asumidos, puedan ver como convergen en algún punto o si existe la forma de que entre todos puedan estar en la misma sintonía. Se podría dar en el ámbito de las materias de lengua y literatura alguna clase especial en la que participen representantes de PERSONAL, MOVISTAR y CLARO, en la que bajo una consigna en común puedan exponer brevemente lo que ocurre con el uso de los teléfonos celular desde la visión de los docentes, de los jóvenes como usuarios y de las compañías. Esto resultaría beneficioso a todos los actores para interpretar el fenómeno, para comprender de qué manera pueden encausarse algunas cuestiones vinculadas al aprendizaje o la docencia, a los adolescentes para comprender algunas cuestiones del propio accionar de las empresas que aún desconocen y a las compañías para aumentar el nivel de información sobre este público, sus deseos, necesidades, etc.

4.4 Auspicio y organización de eventos musicales.

Tal como se expresó a través del presente trabajo además del envío de SMS, el teléfono celular tiende a unir a los jóvenes a través de la música. PERSONAL organiza en forma anual el PERSONAL FEST donde participan reconocidas figuras internacionales de música electrónica o del mundo del pop actual, con gran repercusión y asistencia por parte de los adolescentes.

Este tipo de convocatorias podría también ser utilizado por la compañía que lidera el evento para estar más cerca de los usuarios y obtener o intercambiar información. Generalmente se dispone de promotoras para entregar algún folleto o producto de merchandising de recuerdo con el logotipo institucional. Se podría además en los momentos previos al evento, en los que están a veces unas cuantas hora esperando el comienzo del concierto, aprovechar para realizar algunas encuestas de opinión, sabiendo además que ahí hay usuarios de todas las marcas de telefonía celular y que podría resultar información de vital importancia para saber como están posicionados con respecto a las otras compañías de acuerdo al servicio que brindan, las tarifas, equipos de venta, entre otros.

Estas promotoras podrían también contar con información actualizadas de ciertas cuestiones básicas para poder dar respuesta a algunos interrogantes que planteen los jóvenes, si es que surgieran, y así continuar demostrando esta predisposición de que en cualquier momento y lugar la empresa está presente y dando respuesta, así como ocurre con ellos y el envío de los SMS, que escriben desde donde quieren, a la hora que desean. Que el tiempo y el espacio no sean un impedimento para la comunicación fluida y eficaz.

Consideramos que sumar propuestas de esta naturaleza a las estrategias comunicacionales que las empresas de telefonía celular ya están aplicando y mencionadas anteriormente, podrían reforzar y afianzar el vínculo institucional con el público adolescente, logrando además proyectar la imagen positiva que se desea de la compañía.

Este estudio podrá complementarse (en futuras investigaciones) estudiando las estrategias de las empresas y sus objetivos, para contrastarlo con lo que piensa un sector de sus usuarios como puede ser el público adulto, las amas de casa, las compañías que implementan las comunicaciones en flota con sus empleados, entre otros, y verificar si las comunicaciones institucionales están bien dirigidas y resultan eficaces para lograr el efecto y la imagen deseada en sus destinatarios.

CAPÍTULO 5

“ANEXOS”

5.1. Desgrabaciones de las entrevistas realizadas.

Entrevista Nº 1:

Sexo: Femenino- Nombre: Yanina – Edad: 20 años.

Centro educativo al que asiste: CIMA – Flores, C. A. Bs. As.

Localidad donde vive: Ciudad Jardín, El Palomar.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde que yo iba a noveno, seis años.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- Me lo regaló mi papá.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono? ¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Abono, eh, como se llama... con empresa.

¿Por mes pagas?

- Sí. Hablo gratis con mi mamá, mi papá, eh... con mi novio y con mi otra hermana.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular? ¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- Tiene Bluetooth, tiene para MP3, tiene para sacar fotos, mensaje de texto, mensaje... bueno, con imagen. Sí, el Bluetooth y para sacarme fotos.

¿Y con Bluetooth que puedes hacer, qué compartís?

- Mandarme imágenes y música.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte? ¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Sí, con mis amigas. Y amigos.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- Verbal, si me pone nerviosa. (hace sonrisitas por el SMS).

¿Por qué preferís el verbal al mensaje de texto?

- Porque podés hablar y no apurarte mandando un mensajito, todo.

¿Podría decirse que no te sentís tan cómoda con el mensaje?

- No, no me siento cómoda, me ponen nerviosa.

En caso de contestar **Sí**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Por ejemplo: ¿A qué hora vas? ¿a qué hora vas a estar allá para ir a bailar? ¿a qué hora nos encontramos? Para eso.

¿Más que nada para arreglar cosas con tus amigos, podríamos decir?

- Y también ¿cómo andas? Eso.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger? En caso de contestar Sí, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- Sí hay caritas. Pero no las uso mucho. No porque hay distintos celulares que no hay esas caritas, y capaz que mandas cualquier cosa y a ellos les aparecen otras cosas. Cada uno tiene sus caritas.

¿Eso depende a lo mejor del equipo?

- Del celular.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Lo uso en mi casa, llamando a mi novio. Hoy lo usé para ir al profesorado, llamé a mi mamá.

¿Lo apagas en algún momento?

- No, (risitas), lo dejo cargando a la noche pero siempre prendido.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- Hay... No me gustaría, porque yo lo uso, mi celular me gusta por las fotos, porque me lo compré hace dos semanas porque tenía uno más feo, entonces yo me lo quería comprar para las fotos. Para que saque bien fotos y todo eso. No para escuchar música, porque tengo para escuchar música y ni la escucho la música. Por eso yo quería para eso.

¿Y si hoy no lo tuvieras que te perderías de no tener el celular?

- Y nada...

O sea ¿es lo mismo si no lo tuvieras?

- Y no me gustaría porque puedo hablar gratis con mi novio.

A eso es importante, para el vínculo con el novio es importante.

11.-¿Podrías contarme alguna anécdota con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares?

- Qué algunas veces te mandan unos mensajes que no sabes de dónde son, de quien es. La otra vez mandé un mensaje a cualquier número, Nati me dijo mi celular, entonces yo llamo y no era el celular de Nati, y entonces me contestaron ¿quién sos? Le digo: “No, no, me equivoqué de número, bueno, bueno, chau besos”

¿Te puede pasar que no te comuniques con la persona que estás buscando?

- Sí.

12. ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- Con Personal

¿Por qué la elegiste?

- Si porque ahí nos daban lo de la empresa.

Ah ¿lo sacaron con un plan familiar Uds.?

- Un plan familiar pero de empresa, como una empresa, no como familia porque vos puedes hablar gratis. Una persona puede llamar a todos. Pero acá los dos o cinco pueden comunicarse entre ellos

¿En su momento la eligió tu papá la empresa?

- Sí.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No, igual Personal es más caro.*

Ah ¿sí? ¿Para los mensajes de texto?

- *Sí, \$0.50 valen, ya con \$0.45 no puedes mandar nada.*

13.-¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- *Llamo, sí al *111.*

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- *No nunca me comunicué, no sabía que había para comunicarse.*

Pero vamos a suponer, ponemos un caso hipotético, que pudieras comunicarte con la empresa por algún tema por mensaje, ¿lo usaría?

- *No llamaría.*

Y ¿porqué preferís eso?

- *Porque le puedo decir de todo, le paso mi celular, todo. Porque no me anda...*

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

Entrevista N° 2:

Sexo: Femenino – Nombre: María del Carmen – Edad: 19 años

Centro educativo al que asiste: UBA – Fac. de Ciencias Sociales, C. A. Bs. As.

Localidad donde vive: El Palomar

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Desde hace cuatro años. Tengo 20, así que desde los 16.*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- *Me lo regaló mi mamá para mi cumpleaños.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono? ¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *Con tarjeta. La ventaja es que quizás la puedo comprar cuando tengo plata y el abono si gasto mucha plata en el mes, me viene la cuenta en el mes y digo “no me alcanza para pagarlo”, en cambio con la tarjeta tengo más límites conscientes. No sé si se comprende.*

Si, comprendo.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- *El mío tiene mensaje de texto, MP3 y nada más, no tiene ni camarita, ni tampoco el MP3 tipo walkman.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *Sí, los mensajes de texto.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- *Sí.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Me comunico con mis amigos y con mis compañeros de la facultad.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Me gusta más hablar porque creo que los mensajes de texto son muy impersonales pero también son más baratos y ayudan a la economía en el celular y además a veces pienso que el mensaje de texto no es muy entendible, puede llevar a confusiones.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Por ejemplo cuanto tenemos que arreglar para ir a bailar, cuando tengo que pasarle a un compañero de la facultad un horario al que hay que ir, o si hay un paro, o si tiene alguna información que él me tiene que pasar o que yo le paso a él.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *Yo personalmente no tengo algo particular que me identifique algún código con mis amigos, pero sé que hay en general, que existen.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- *Emoticones creo que se llaman, que son como dibujitos que puedes hacer con los mismos caracteres del mensaje de texto.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *Y bueno permanente lo llevo porque mi mamá quiere estar comunicada conmigo cuando voy a la facultad y vivo muy lejos de la facultad, si tengo que llamarla o si tengo que mandar un mensaje de texto, así que todo el día lo tengo.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *En realidad no lo apago, pero cuando llego a casa lo guardo y me olvido de él.*

Sí como que lo tenés ahí pero que no le prestas mucha atención.

- *Exacto.*

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Quizás estaría mucho menos comunicada con el entorno, pero bueno, eso.*

¿Crees que sería problemático no tener un celular?

- *No en realidad, yo te digo la verdad, a mi el celular no me cambió ha, la vida, pero es más por mi vieja que quiere comunicarse con migo, yo mucho celular no uso. Me da lo mismo.*

11.- ¿Podrías contarme alguna anécdota con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares? (esta pregunta se omitió)

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo? ¿Por qué la elegiste?

- *Con Movistar. No fue nada en especial, fue al azar. Me gustaba un modelo y justo ese modelo se complementaba con Movistar.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No.*

13. ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- No.

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- No, porque ya te digo para mí el mensaje de texto hay algunas cosas que las confunden y no, es mejor hablar. Y además en las empresas siempre te hacen esperar, te hacen esperar. Prefiero hablar más que con mensaje de texto.

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

Entrevista Nº 3:

Sexo: Masculino – Nombre: Pablo – Edad: 19 años

Centro educativo al que asiste: Univ. Nac. De La Matanza

Localidad donde vive: El Palomar

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Y hace varios años, creo que de los 12 años,

¿Y ahora tenés?

- 18.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- Me lo regalaron.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Ahora con tarjeta.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- No ninguna, es lo mismo.

¿Gastás lo mismo?

- Si gasto lo mismo.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Mensajes y para llamar, normal, sacar fotos, música, lo que tienen los de ahora.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos?

-Sí.

¿Cuáles?

- Pasar música más que nada.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí ahora poco.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Más que nada con mi novia o mi mamá.

6. Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- Según, lo ideal sería por mensaje, más corto, más rápido. Y si no hablando sería lo mismo. Lo ideal sería mensaje.

¿Por qué para vos te resulta más fácil?

- Más cómodo, más cómodo.

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- A me mataste... Para contar algo o para hablar.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- Sí, sí bastante.

En caso de contestar Sí, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- El “que” o el “como”. Lo que más puedo abreviar lo abrevio.

¿Y cómo abrevias por ejemplo el qué?

- La Q, no sé por ejemplo tenés pongo la “t” y saco la “e”, eso como puedo abreviar abrevio.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Todo el día llamar.

¿Lo apagas en algún momento?

- No nunca, creo que de que lo tengo nunca lo apagué. Para ser sincero, (risas)

¿Porque está siempre prendido?

- No, no porque nunca lo apagué ni para cargar, nada siempre fue prendido, por las dudas. (risas)

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- Y sería difícil, sería difícil, creo que sería difícil porque creo que siempre hay algo que decir. Siempre hay algo que decirle a alguien. Sí, seguro.

11.- ¿Podrías contarme alguna anécdota con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares?

- Ninguna anécdota. No la verdad que no, ninguna anécdota.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- Personal, siempre Personal.

¿Por qué la elegiste?

- Siempre tuve Personal, no tiene una razón.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No, no.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- No.

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

(Lo piensa)

- *Estaría bueno.*

¿Para qué por ejemplo?

- *Para no andar llamando.*

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente, preguntar el saldo?

- *Estaría bueno. El saldo se puede, y sería más fácil antes de que te dejen colgado en el teléfono, que te dejen en espera es feo.*

Entrevista Nº 4:

Sexo: Femenino – Nombre: Natalia – Edad: 20 años

Centro educativo al que asiste: Univ. Nac. de la Matanza

Localidad donde vive: El Palomar

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Desde que tengo 16 años. Y ahora tengo 20.*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

Me lo regalaron para mi cumpleaños, mi familia. El primero.

¿Y el que tenés ahora?

- *Y el que tengo ahora lo compré.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con abono.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *Y tiene la ventaja de que la tarjeta se me terminaba muy rápido y el abono dura un montón.*

¿Dura más tiempo?

- *Sí.*

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- *Cámara digital, MP3, radio, mensajitos, para llamar a todo el mundo.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos?

- *Sí.*

¿Cuáles?

- *Por ejemplo tiene bluetooth, que se pueden mandar música, o fotos sin gastar.*

¿Tenés que tener la misma empresa?

- *No puede ser empresa distinta, pero lo único que tienen que estar cerca los celulares. Y también otra ventaja que tiene el abono es que puedo tener un número para llamar gratis, pero tiene que ser de la empresa.*

¿Y eso lo utilizas vos?

- *Sí.*

¿Para hablar con quién?

- *Con mi mamá, con mi hermana y con una amiga que justo tiene la misma empresa, lo que pasa es que yo tengo Claro y nos muchos tiene Claro.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Generalmente con mis amigos porque por ejemplo mi mamá bueno no sabe usar los mensajes de texto, y porque es más rápido, y a parte cuando llamas viste que siempre se alarga la conversación o tenés que poner hola, chau, lo que sea. En cambio con el mensajito ponés lo que querés saber y ya está.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Depende. Por ejemplo si es algo muy importante, prefiero llamar.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

- *Y si es para saber por ejemplo, vamos a ir a bailar y bueno donde nos encontramos, o algo así, mandamos mensajito. Aparte también por ejemplo si estás en un boliche, no? Cuando te llaman no escuchás nada, y en cambio el mensajito lo lees y ya está.*

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Más que nada me parece que es una moda, porque antes no había mensaje de texto, y aparte los chicos, los adolescentes se comunican más por mensaje de texto. Hasta hay un nuevo lenguaje, un nuevo vocabulario, viste que para escribir abrevias todo.*

Pero vos ¿Por qué temas usas el mensaje de texto?

- *Porque por el tema de gastar también, por los mensajes salen más baratos y porque al llamar siempre se alarga la comunicación y por celular es más caro. Hablar.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *Sí, es parecido al chat, al Messenger.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- *Por ejemplo abrevias todo porque mandar un mensaje tenés que mandar cierto número de letras, y sino se te alarga a otro mensaje. En mi caso no porque uso escribo toda la palabra. Por ejemplo no sé “hola” sin h, o “cómo estás”, “como” la c y la m. Yo que se, no ponen vocales. Entonces directamente la consonante, y bueno.*

¿Y vos te das cuenta qué te están preguntando o que te están diciendo?

- *Sí, sí.*

¿Pero porque lo usan también en el chat?

- *Sí.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *Y yo por ejemplo lo prendo cuando me levanto y lo llevo a todos lados porque ya es como la llave, no? que la llevas a todos lados. Antes al principio cuando tenía el primer celular si me lo olvidaba pero ahora ya no, lo llevo, aparte es como que si no lo tengo siento que me falta algo porque o si alguien me llama o quiero llamar a alguien no sé cómo hacer. Y lo uso en mi casa, en todos lados, en la facultad, cuando salgo.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *Si, cuando me voy a dormir.*

¿Es el único momento?

- Sí.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Y no sé, porque (risas) sería todo complicado, porque ya me acostumbré. Ya directamente mis amigas ya ni a mi casa me llaman, siempre al celular o con mensajito.*

¿Cómo que reemplazó un poco al teléfono de línea?

-Sí.

11.-¿Podrías contarme alguna anécdota con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares?

- *Sí, sacamos fotos, grabamos, porque tiene para grabar también, hacemos como chistes.*

¿Se filman o lo graban de vos?

- *Lo grabamos de vos, si filmamos, también sacamos fotos, nos pasamos canciones, ringtones.*

12.-¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- CLARO.

¿Por qué la elegiste?

- *Porque el primer celular que me compré era de CTI, bueno ahora pasó a ser CLARO, porque no se fuimos justo, dio la casualidad que fuimos a CTI y seguí con CTI porque quería cambiar el teléfono pero no quería cambiar el número. Pero después fui y me dijeron que tenía que cambiar el número, pero bueno ya estaba ahí en CLARO y me quedé con CLARO.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No porque era la misma cantidad de todas las empresas.*

13.-¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- No.

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- Sí.

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- *Por ejemplo por si tiene alguna falla, porque por ejemplo estos celulares que tienen tantas cosas a veces se cuelgan, se tildan o se me apaga solo o viste como la computadora que anda medio lenta a veces, bueno pasa lo mismo con el celular.*

Y ¿vos crees que mandándoles un mensajito ellos podrían resolverte las cosas?

- *Y sí ellos usan todo por computadora y desde ahí lo podrían resolver.*

(En el medio de la entrevista te entró un mensajito) ¿me podrías contar de quien era, por qué?

- *Era de una chica, una amiga de la facultad que está viniendo para mi casa y quería saber el número de la casa.*

O sea que te ayudó para orientarla y para...

- *Y sí... todo por mensajito. (sonrisa).*

Entrevista Nº 5:

Sexo: Femenino – Nombre: Oriana – Edad: 13 años

Centro educativo al que asiste: Elmina Paz de Gallo – 8º año, Haedo.

Localidad donde vive: Haedo

1.-¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Desde hace un año.*

¿Este es tu primer equipo?

- *No.*

2.-¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- *Me lo regalaron.*

En el caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- *Mi tía porque se le ocurrió, porque se compró uno nuevo.*

¿Y ese te lo pasó a vos?

- *Sí.*

¿Y el equipo que tenés ahora te lo compraste vos o te lo regalaron?

- *Me lo regalaron mis papás.*

¿Y este lo elegiste vos?

- *No.*

El modelo y eso ¿lo eligieron ellos?

- *Sí. Más o menos ellos sabían lo que me gustaba a mí, cinco revistas arriba de la cama, muy disimulada.*

Bueno pero más o menos ¿pudiste orientarlos en lo que a vos te estaba interesando?

- *Sí.*

3.-¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con abono.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *Nada.*

¿No sabes que diferencia tenés si lo pudieras usar con tarjeta?

- *Eh, sí sería más caro con tarjeta pero yo siempre me acostumbré a hacerlo con tarjeta porque mis dos primeros celulares fueron con tarjeta.*

¿Y ahora con el abono te manejas bien?

- *Sí igual.*

¿Te quedas sin crédito o llegas?

- *Me quedo sin crédito.*

¿Y en ese caso que haces?

- *Si, en el medio le pido a la persona que se me cruza enfrente: “prestame el crédito para mandar un mensaje”. En la escuela están todos pidiendo.*

4.-¿Qué funciones tiene el celular?

- *Mandar mensajes, mandar mensajes, llamar, eh..., el MP3, la cámara de fotos, la radio, los videos, pasarse música, bluetooth.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos?

- *Sí, la gran mayoría.*

¿Cuáles?

- *Todas. Sí.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- *Sí.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Con toda mi gente.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *El mensaje porque gasto menos plata.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos? ¿Va más que nada en función de lo económico?

- *Por el crédito, para que no se te acaben. Una llamada es un peso (\$ 1.-) y un mensaje son quince centavos (\$ 0.15) o más, por ahí.*

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Saber cómo anda otra persona, podés pedirle algo, hablar con otra persona, cualquier cosa, cuando estás aburrido.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *No, completa. Sé usar el MSN, más o menos, estoy yendo para todos lados con una notebook chiquitita.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías/recibís en un día?

- *No, muchos. A ver cuántos por día hasta ahora recibí 27 mensajes.*

Hoy que estamos al mediodía por ejemplo.

- *Sí.*

O sea que bastante, podríamos decir.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger? ¿Cómo en la forma de escribir?

Claro, así viste que a veces se abrevian las palabras...

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- *El “por” con una “x”, el que como “q”, abreviar palabras por decir: “te quiero mucho” TKM, esas cosas. Cuando pones una palabra larga que en el medio tiene la “t” o la “q” y bueno cualquier “e” pones directamente la “t” o directamente la “q” y te abrevias una vocal para acortarlas.*

¿La idea es acortarlas?

- *Sí, para que te dure crédito.*

Entonces la persona con la que te comunicas en esta forma ¿debería manejar los mismos códigos que vos?

- Sí.

¿Por ejemplo con tus papás también te puedes escribir de esa manera?

- Si pero ellos me contestan con la palabra larga.

Pero ellos ¿en realidad te entienden?

- Sí.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Todo el día y todos los que te dije porque en la escuela puedo agarrar y cuando salgo o tengo hora libre o algo escucho la radio, escucho música. Me sacó una foto, hacemos videos, agarramos y nos podemos llegar a mandar mensajes con gente del turno tarde o que no tiene clase o que también tiene hora libre, cualquier cosa. La única que puedo no llegar a usar en el colegio es el llamado, llamar, y listo. Después en todo el día uso todas las demás incluso los llamados.

¿Lo apagas en algún momento?

- Sí, cuando me muero, en otro momento no. (sonrisas) En otro momento no.

Pero... cuando te vas a dormir ¿también lo dejas prendido?

- Sí, si lo tengo que dejar cargando es en la mesita de luz.

En el horario de clase, ¿también lo dejas prendido? ¿Cómo haces lo dejas en vibrador?

- Sí en vibrador.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- Estaría en mi patio muerta, ahí enterrada bajo tierra.

¿Para vos es como una diversión, un pasatiempo? ¿Cómo lo tomas vos el celular?

- No tampoco lo tomo como un pasatiempo. Es...eh, no sé porque, en cierto punto lo uso como la gente usa el MP3, la radio. Y después lo uso como tipo de mandarte un mensaje para comunicarte con otra persona o gente que está enferma o que está en otro lugar, o que está de viaje. Por ejemplo, esta semana se fueron unos amigos míos a no sé donde y me estuve mandando mensajes con ellos porque no estaban.

Quizás te permite comunicarte en ciertos lugares distintos quizás de donde antes no podías comunicarte con el teléfono de línea.

- mmm.....

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- En clase, una hora libre que hacemos un video que está medio mundo con el celular grabando el video.

¿Y qué hacen después?

- Lo pasan a la computadora y nos lo pasamos o lo bajamos a Youtube o cualquier cosa. Depende lo que quiera Lauri o diga: “no salí ridícula, no lo hagas”, depende. Un photoshop y lo borras, el video y listo.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- Con CLARO.

¿Por qué la elegiste?

- La eligieron mis papás por la promo de dos celulares x uno en el día de la madre.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No sé porque el celular no era mío. Nunca lo tuve en cuenta. Ahí yo estaba comunicada por el teléfono de línea y caminar, rogar por un celular.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- No.

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- No sé si lo llegaría usar. Lo usaría con otra gente, no estaría pendiente de usarlo justamente con la compañía.

Supongamos que tenés problemas con el equipo ¿Cómo te comunicarías con la empresa a ver si te resuelven el problema?

- Mediante otro celular si se me apaga.

¿Llamarías a la línea gratuita, mandarías un SMS?

- Llamaría a la línea.

¿Sabés como es la forma de comunicarte si tenés algún problema?

- Si igual lo dice en el celular, te pone los números, los tengo registrados. Todo.

¿En vez de mensajito harías una llamada?

- Sí.

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

Entrevista Nº 6:

Sexo: Femenino – Nombre: Mercedes – Edad: 23 años

Centro educativo al que asiste: Univ. Nac. De la Matanza

Localidad donde vive: Haedo

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde el 2004, hace 4 años.

¿Este es tu primer equipo?

No, el segundo.

¿El primer equipo te lo regalaron?

- Si me lo regalaron cuando estaba en el último año de la secundaria, para mi cumpleaños.

¿Quién te lo regaló?

- Mi familia.

¿Vos pudiste elegir el modelo?

- No... mi hermana me dijo... me trajo la fotito y como me gustó, le dije que me lo compre.

2.- Y el que tenés ahora ¿los elegiste vos?

- *No me lo regaló mi novio, que era de la hermana, y me lo regalaron. Se cambiaron de celulares, todo el tiempo se cambian de celular.*

En el caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres? ¿Vos querías uno más moderno?

- *No, lo que pasa es que el mío ya andaba medio mal, entonces me lo regaló. Y el mío se lo regalé a mi mamá.*

¿Hicieron un canje?

- *Sí.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con abono, igual le cargo tarjeta cuando se me termina, todos los meses.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *No, si a veces me suman puntos y después los puedo cambiar por mensajes de texto, y todo eso.*

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- *Cámara, radio y nada más.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *No, ni lo se usar. (risas). No.*

Pero básicamente, ¿vos para qué usas el celular?

- *Para mensajes de texto. Sé que salen caros pero ya... no es automático, es más fácil que llamar por teléfono.*

¿Es más fácil?

- *Sí. Porque si está trabajando es más fácil mandar un mensaje de texto que llamarlo. Si estás en la facultad, mensaje de texto. Siempre es el mensaje de texto.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte? ¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Con mis amigas para arreglar si nos vemos o algo así, con mi novio también casi todo el día, y con mi mamá para avisar que siempre me llama, me manda mensajito a ver donde estoy. Con todo el mundo.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Sí.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

- *Porque es más cómodo. No molesta a nadie, no llama, no te está el teléfono piri-piri todo el tiempo. Si mi novio trabaja, así que no lo puedo llamar, así que mensaje de texto para decirle cualquier cosa. Mi mamá, si la puedo llamar a veces pero mucho no me escucha con su celular, si cuando mi novio se va a Entre Ríos lo llamo, no le mando mensajito, pero...*

¿Te puede resultar más práctico que llamar?

- *Sí, además es para algo más conciso aunque después se termina transformando en una conversación, pero lo puntual es preguntar puntual.*

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Mi mamá me manda para ver donde estoy. Le digo a mi novio si nos encontramos o no, mis amigas a qué hora nos vemos, cosas así.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *Sí, podría mantener una conversación completa. Terrible (risas) sí.*

¿Cuántos mensajes podes llegar a mandar en una conversación completa?

- *Capaz que cinco o seis.*

¿Hasta que redondeas la idea?

- *Sería mejor en llamar en ese caso, pero sí seis serán.*

¿Tenés una idea aproximada de cuántos mensajes envías / recibís en un día?

- *Mejor ni pensar, no sé 20, por ahí capaz que más. Soy adicta a los mensajes. (risas)*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *Hay no lo odio, te juro que yo escribo todo. Si, una amiga mía escribe todo kkk, no la odio. Yo escribo todo porque sino no se entiende nada.*

Y la gente que usa los códigos de MSN, ¿Cómo es que escriben?

- *Cualquier cosa te escriben.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar **algunos ejemplos**?

- *No sé, “como” ponen “cm”, “¿cómo estás?”. Cualquier cosa te ponen “c estás”, (risas). “Porque”, “XQ”.*

Y vos, ¿igual interpretas lo que te quieren decir?

- *Si pero estoy 20 minutos. Con mi mejor amiga es un asco.*

Pero esto ¿Porqué? ¿Vos tampoco sos de usar el Messenger?

- *No, uso el Messenger, pero yo escribo bien.*

¿Escribís completo?

- *Si, no me gusta, salvo que en el mensaje de texto te dicen por cuantos caracteres vas, sino te cobran dos mensajes, salvo ahí pongo “por que” con “xq” pero sino escribo todo para que se entienda.*

Y esta cosa de que a lo mejor escriban así abreviado, ¿es solamente por el tema de que si te extendés vas a otro mensaje o porque en realidad es un código instalado?

- *No para mí es porque si te extendés es más mensaje, estoy segura. Aunque en el MSN lo usan pero, para mí es por ... yo en el mensaje de texto escribo así para que no me cobren más, porque en el Messenger escribo normal.*

Y suponemos que alguien para que pueda entender entonces este tipo de códigos en algún momento tuvo que haber utilizado.

- *Si puede ser.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *No... lo tengo siempre prendido, y si a mi novio le mando capaz, pero si no me manda no. Lo uso pero cuando salgo de mi casa, cuando estoy en la facultad y no, porque a lo mejor con mi*

novio me mando mails, ahora lo uso menos, pero antes lo usaba más, y no uso mucho, como están siempre en el MSN, lo uso cuando me voy, eso sí, lo uso todo el tiempo.

¿Lo apagas en algún momento?

- *No porque la única vez que lo apagué me tenían que llamar, y no (risas) así que ahora lo dejo prendido, por lo menos en vibrador lo dejo.*

Por lo menos a la noche cuando te vas a dormir, ¿también?

- *Sí.*

9. ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *No ya no se puede estar sin teléfono.*

¿Por qué? ¿Qué pasaría en tu vida de distinto si no lo tuvieras?

- *Ya no me imagino, ese es el problema. Y no, si no sabes... te tenés que comunicar con alguien ya el teléfono público ni lo uso.*

¿Tampoco irías a un locutorio?

- *Ni loca. A lo sumo no me comunico. La vez que me lo olvidé llamé a mi casa para decir que me lo había olvidado. Y ya está, de última bueno llamo por teléfono. Pero no... ya no podría, de verdad, que ya no. Casi todo el mundo lo tiene, así que ya es una norma tenerlo.*

Pero básicamente sería por un tema de comunicarte con el otro.

- *Sí. Porque yo no lo uso para otra cosa.*

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *No yo de eso no. La única vez que lo apagué me tenía que llamar mi novio porque había volcado el novio de una amiga mía y lo tenía apagado, así que desde ahí ya... lo tengo que tener prendido.*

¿Tiene que estar por un caso de urgencia?

- *Sí, no... La verdad que ahí me quedé medio traumada si me había mandado 20 mil mensajes, me había llamado como 10 veces. Yo lo había apagado para cargarlo. Así que desde ahí lo cargo.*

Y ahí a él ¿no se le ocurrió llamarte al teléfono de tu casa?

- *No porque eran las 7 de la mañana, las 6, habían salido de bailar y desde ahí dije que “lo tengo prendido, por las dudas”. Cuando salen, sí.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *Con CLARO, ahora, CLARO.*

¿Por qué la elegiste?

- *Porque no, mi hermana cuando me lo compró creo venía con el celular, como el combo: CTI con el celular. Y de ahí me quedó el chip y como no quiero cambiar de número, me quisiera cambiar de empresa porque ahora PERSONAL tiene como un abono para hablar entre muchos gratis pero no quiero cambiar de número y tengo a todos mis amigos con eso, ya me lo dejo.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No, yo la verdad ni idea. Me regalaron el teléfono y como vino, vino. Creo que tenía como 100 mensajes, un poco más, cuando lo compré, gratis, pero en ese momento se terminaron muy rápido.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- No a lo sumo llamo, cuando tengo problemas, pero... no sé si se puede con mensaje. No sé la verdad que ni idea, a lo mejor se puede, pero yo no sé.

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar **algún ejemplo**?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14. ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿**Por qué, para qué específicamente**?

No porque es más incomodo de que no te entiendan o algo, entonces llamo y ya está.

¿Preferiría hablar?

- Ahí sí. Si a veces cuando tenés que decir algo muy complicado y en el mensaje de texto ya se mal interpreta todo lo que querés decir, llamo, ahí sí... porque a veces no se entiende mucho.

Entrevista Nº 7:

Sexo: Femenino – Nombre: Macarena – Edad: 15 años.

Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9º año, Ramos Mejía.

Localidad donde vive: Villa Sarmiento

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde los 11 años, hace unos 4 años.

¿Este es tu primer equipo?

- No el segundo.

¿El primero lo compraste vos, te lo regalaron?

- Me lo compró mi papá.

¿Pudiste elegir el modelo en ese momento, cómo fue?

- Creo que me lo habían regalado para un cumpleaños, o algo así no recuerdo bien, pero no, no lo elegí yo.

¿Y el que tenés ahora? ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron? En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Si el que tengo ahora sí lo elegí, se lo pedí y me lo cambiaron.

¿Querías uno más moderno?

- Claro, un poco más nuevo.

2.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Con abono.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- No soy de llamar mucho, por ejemplo cosa que no se me gaste mucho. Uso más los mensajes de texto, entonces, no gasto todo el abono. Si es con tarjeta me parece que tengo que andar saliendo, ir a comprar, es más complicado.

3.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Cámara, mensajes, para llamar, la calculadora. Tiene para grabar pero no para escuchar, es como “un tono”.

¿Cómo, como “un tono”?

- Tonos MP3, viste que se dicen, pero no es para escuchar, no es muy nuevo, por eso.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

¿Pasar música y todo eso?

Sí.

- No porque tampoco creo que tiene bluetooth y todo eso.

¿El tema de las fotos?

- Tiene para sacar pero no las paso, ni nada.

¿Las guardas en tu celular?

- Sí, las paso a la compu. Si las compartimos con los chicos pero desde la computadora.

4.-¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí, mucho. (risas)

5.-¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Con mis amigos generalmente. Por ejemplo, mi papá y mi mamá no saben usar. Mi mamá no tiene celular y mi papá no lo entiende mensajes así que o con mis hermanos o con mis amigos.

6.-Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

- Yo creo que el mensaje de texto porque primero es más barato y es lo mismo pienso yo. A lo mejor hay una posibilidad de que no llegue el mensaje o algo pero bueno, me parece más práctico.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Generalmente para arreglar una salida con amigas, o por mandar mensajes para saber cómo está una persona. Pero por ejemplo para avisarle a mi mamá o algo, la llamo, por eso generalmente.

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- Sí, yo creo que sí.

¿Y eso más o menos cuantos mensajitos te implicaría?

- Y 10, más o menos.

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- No la verdad, si es una conversación así como decís vos, si mando así diez, quince mensajes. Pero sino no, ahora últimamente no estoy mandando muchos mensajes, no soy de usar mucho tampoco.

¿Varía según a lo mejor la situación?

- Quizás si me mandan sí respondo todo, si no nos soy de mandar yo tampoco.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- Sí, yo soy también de usar las caritas del MSN para los mensajes.

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar **algunos ejemplos**?

- Se abrevian las palabras o nada más. Por ejemplo, “besos” hay gente que escribe “Bso” nada más, beso por decir. Hay gente que las abrevia mucho más, pero yo soy de poner por ejemplo el “que” con la “q” sola, pero nada más.

Y eso ¿porqué se hace así, porque es más práctico?

- Más rápido también, para escribir más rápido, sí. Yo creo que sí.

Y las caritas ¿qué funciones cumplen?

- Yo creo que es una forma, que ya que no te comunicas por teléfono por lo menos, le expresas a la persona lo que querés decir. Por ejemplo si le decís: “hola” y le pones una carita feliz, es porque bueno, estás de buen humor, o no sé, se lo decís con buena onda.

¿Te ayuda a transmitir un poco ese sentimiento que va en lo que estás diciendo?

- Claro. Exacto.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Todos los días lo llevo al colegio por las dudas y si por ejemplo salimos a algún lado con mis amigas, la llamo a mi mamá, le aviso y si me mandan algún mensaje lo contesto. Por ejemplo hoy me mandaron en hora de clase, lo tenía en silencioso, así que lo vi, le respondí y cuando llegué a casa seguí hablando.

¿Y quién te mandó por ejemplo el mensaje?

- Una amiga de Scout. Para avisarme que se había comprado un celular justamente.

Y ¿qué pasa con el colegio, no hay problema que lo tengan así en el aula?

- Si, supuestamente te retan, así que yo por escondidas, (sonrisas). Directamente no se puede llevar pero por ejemplo en las horas libres si sacan los celulares, se ponen a escuchar música, mandar mensajes, en hora libre no hay problema.

¿Lo apagas en algún momento?

- Eh..., a la noche, a veces, pero sino, no, hay veces que lo dejo también. Si, porque lo pongo en despertador y lo dejo.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- No sería muy diferente, pienso yo. Porque en vez de mandar mensajes si me quedo sin créditos y bueno la llamo a mi mamá desde un teléfono público, así que sería lo mismo. Pero bueno lo único por ejemplo sería que si hay alguien que prefiero hablar por mensajes que llamarlo, no lo llamaría quizás, si no tuviera el celular.

¿Te da un poco más de intimidad el mensaje?

- Claro, sí. Eso.

¿Y esa forma de comunicarte es quizás así por mensaje por una vergüenza con esa persona o porque nadie se entere con quien estás hablando?

- *Por las dos cosas, no, más bien porque no escuchan o algo, porque acá en esta casa yo estoy acá en mi pieza y al lado están mis papás, entonces el mensaje es más práctico.*

10. ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Por ejemplo, ayer fuimos a la casa de una amiga que cumplía 15 y mientras esperábamos a mis amigos, estuve llamando que los estábamos esperando en tal lugar, a otros les mandé un mensaje que ya habían llegado, que los estábamos esperando y todos comunicados por el celular, si no lo tendría quizás se hubiera complicado mucho más porque no me hubiera podido comunicar con ninguno.*

11. ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *Con MOVISTAR.*

¿Por qué la elegiste?

- *En realidad cuando mis papás me regalaron el primer celular me lo regalaron con MOVISTAR y bueno ya el segundo lo hice con el mismo plan, todo seguí con la línea.*

¿No querías cambiar el número?

- *No era mejor seguir con el mismo, porque sino mucho lío cambiar el número y todo.*

12.- ¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *Eh, no en realidad porque como lo tengo con abono es lo mismo si lo uso llamadas o mensajes, a parte bueno como te digo el primer celular lo eligieron mis papás no le dieron bola a eso. Con el segundo capaz sí, ya te daban de regalo tantos mensaje y yo contenta, pero me da igual, así que ...*

13.-¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas? En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar **algún ejemplo**?

- *Si por ejemplo hay veces que te mandan de MOVISTAR promociones que te si mandás tal mensaje a tal número, te regalan mensajes de texto por ejemplo y ahí sí, mando el mensaje.*

¿Sos de utilizarlo entonces?

- *Para eso solo, sino para consultar el saldo llamo y todo eso llamo directamente a MOVISTAR.*

¿Te es más fácil llamar?

- *Sí, en ese sentido sí.*

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- *Puede ser, pero creo que es más seguro llamando. Tratándose de una empresa, eh.. quizás o no te responden, entonces llamando directamente hablas con la persona o algo, más seguro.*

¿Pensás que te responderían de otra manera?

- Quizás un mensaje de texto no sabes si les llegó o no les llegó, si te van a responder, entonces es más seguro hablar por teléfono.

Entrevista N° 8:

Sexo: Masculino – Nombre: Hernán – Edad: 14 años

Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9º año, Ramos Mejía.

Localidad donde vive: Haedo

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Hace 2 años.

¿Este es tu primer equipo?

- Sí.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron? En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Me lo regalaron mis papás.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono? ¿Qué ventaja tiene esto para vos?

...

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- No tiene muchas funciones, es viejo.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- Los mensajes de texto y llamar.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Con mis papás y amigos.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- Mensaje.

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

- Es más rápido, más fácil y gastas menos plata.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Más por si llego tarde a algún lado si no puedo ir a algún lado.

¿Cómo para avisar algo puntual?

- Claro, si es algo importante llamo.

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- Depende que tema.

¿Cómo qué por ejemplo?

- Si es un tema adolescente uso mensajito, si es algo más importante llamo. Si, con mis amigos los mensajes.

- ¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías/recibís en un día?
- *Tres, cuatro.*
 - No muchos en realidad.
 - *No.*
- 8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?
- En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?
- ¿Vos usas el chat?
- *Sí.*
 - ¿Utilizan caritas, acortan palabras?
 - *Claro, sí, sí, se acortan palabras. Si querés expresar cosas usas emoticones, las caritas.*
 - ¿Y eso te sirve para demostrar qué, por ejemplo?
 - *Si te parece bien lo que te dijo le pones una carita feliz, o ...*
 - ¿Y en cuanto a las palabras?
 - *Y en el chat te expresas más que en el mensajito. En el mensajito tardas mucho.*
 - ¿En los mensajitos, vos soles acortar palabras?
 - *Sí.*
 - ¿Por ejemplo?
 -
- 9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?
- *Yo lo llevo al colegio y... no lo uso tanto dentro del colegio porque saben que no me tienen que mandar cosas en el colegio, pero afuera sí lo uso más.*
 - ¿Lo apagas en algún momento?
 - *En la hora de clase lo pongo en vibrador.*
 - ¿Y a la noche cuando te vas a dormir lo apagas?
 - *Sí.*
- 10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?
- *Estaría menos controlado. (sonrisas)*
 - ¿Por quién, por tus papis?
 - *Sí.*
 - Pero a vos entonces, ¿te gustaría más tenerlo o no tenerlo?
 - *No está bien tenerlo porque igual si no querés que te controlen lo apagas y listo.*
- 11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?
- *A sí que por mensajito por ahí pensaste una cosa y era otra, porque no te podés expresar tan bien como con la vos.*
 - ¿Sirve entonces el encuentro posterior como para aclarar algunas cosas que no quedan claras en el mensaje?
 - *Sí.*
- 12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?
- *MOVISTAR.*

¿Por qué la elegiste?

- *No fue la primera.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No, no.*

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- *No tampoco.*

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- *Sí, si me cobraron algo de más llamaría o mandaría un mensaje.*

¿Podrías hacerlo de cualquiera de las dos formas?

Claro, no me darían bola pero lo intentaría.

¿Pensas que no te responderían de ninguna de las dos maneras?

- *No.*

Pero... ¿Intentaste en algún momento o por ahora no tuviste comunicarte por nada?

- *No, no me tuve que comunicar.*

Entrevista N° 9:

Sexo: Femenino – Nombre: Yamila – Edad: 15 años.

Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9º año, Ramos Mejía.

Localidad donde vive: Haedo

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Me regalaron el que tengo ahora a los 12 por una cuestión de mantenernos en contacto. Cuando entré al Juan XXIII justamente.*

¿Este es tu primer equipo?

- *Mi único celular, el primero, el más antiguo, (risas)*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron? En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- *Si me lo regalaron mis papás por un tema de comodidad de mantenernos en contacto de que yo había arrancado a ir al colegio en Ramos.*

En ese momento ¿pudiste elegir el modelo?

- *Sí, yo ya lo había visto, le había dicho a mi mamá, me gustó tal celular y me dijo: “bueno está bien” y surgió que me lo regalaron justo para el cumple.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con tarjeta.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Ninguna, no porque tenés que estar constantemente con el: “*má, me comprás la tarjeta, má, me comprás la tarjeta*” y si se te gasta la tarjeta te dice: “*porqué se te gasta tan rápido*”

¿Pensas que si funcionara con abono, sería mejor?

- No, porque igual la diferencia entre el abono y la tarjeta en base a lo que es el crédito es lo mismo. Yo estoy gastando ponele dos tarjetas de 20 y un abono te sale 37. O sea en eso es lo mismo.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- No lo único que tiene es para mandar mensajes. Imaginate NOKIA 1100, el primero que salió.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- No ninguna, te digo que más que nada lo uso para mí. O sea para el tema de estar comunicada con mis viejos, y capaz viste alguno: “*¿qué hay que estudiar para la prueba de tal?*”, y salta ahí el celular a salvar.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí!

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

Y... más que nada siempre con mis amigos, viste: “*¿Cómo andas?*”, “*¿Cómo andas tanto tiempo?*”, que esto, que lo otro y sino, si me tengo que comunicar con mis papás también lo mismo.

¿Con ellos también usas mensaje de texto?

- Sí, sí.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

- Las dos tienen sus ventajas.

A ver contame...

- Desde el punto de vista, capaz que por mensaje vos podes decir una cosa y que la otra persona interprete otra, pero si estás hablando eso no va a pasar. Pero yo creo que en base a la comodidad, es más fácil siempre el celular, por el hecho de que vos podes estar en una punta y yo en la otra, con un mensaje ya estás. Creo que desde un punto de vista cómodo, el celular, el mensaje de texto.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Con mis amigos, nada. O sea, es decir: “*estoy aburrída, y ¿qué hago?*”, empiezo a mandar mensajes. Y con mis papás por un tema de salís y decís: “*no sé dónde vamos*”, y capaz que agarrás bueno y: “*avisame*”, entonces mandas un mensaje o mismo llamas desde el celular y: “*vamos a tal lado, vuelvo a tal hora*”, para que ellos también se queden tranquilos.

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *Sí! Y con mis amigos pasa eso. A veces capaz que no los veo por mucho tiempo y capaz que un día: “ah, ¿te acordás de tal?” y empezás a mandar: “Hola, ¿cómo andas? ¿Todo bien? Bien, ¿el colegio?”, y te colgás mandando mensajes.*

Y ¿Cuántos mensajes puedes terminar mandando en una conversación?

- *No... como mucho 10. Más no porque con el tema del crédito como que intento limitarme cosa que después no tener a mamá diciéndome: “¿en que te gastaste todo el crédito?” y todos tranquilos.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- *En un día recibir, o sea, es depende a veces la cantidad que mandes. Mandarte ya te digo si te prendes en una conversación puedes mandar 15, 20, y sino, no mucho. Entre 5, 6 no menos ni a palos, capaz que 2 o 3, 4 como mucho por día.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- *Si obvio, las abreviaturas de palabras, te digo para escribir capaz una palabra de seis letras escribís tres o cuatro. El tema de la “e” ya casi ni se usa. Para poner “tenés” ponés “tns”.*

¿Sacan las vocales?

- *Si directamente, y más que nada cuando... porque es la “t” que se pronuncia “te” y todo así, se abrevia. Más que nada ¿sabes porqué también? Porque el tema de que te ocupan varios mensajes, sino. Cuando vos llegas a una cierta cantidad de caracteres te pasa a ocuparte dos mensajes. Entonces tenés que escribir y a la vez pensar en que no te gaste el crédito de gastarte los dos mensajes.*

Y ¿usan caritas también?

- *Si las uso más en el Messenger, obviamente. Pero capaz que alguna carita si a veces sale.*

¿Cómo para expresar qué? Por ejemplo.

- *No ponele yo que sé “Cómo andas?”, y le ponés una carita con una sonrisita, o sea cosas así.*

Pero ¿es para demostrar algo, que estás contenta, o que le preguntas con buena onda?

- *No, para ponerle relleno al mensaje, viste como lo mismo pasa en el MSN, lo ponés porque sí, no tienen un sentido de decir “tienen tal sentido”*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *El celular no me lo saco de encima, directamente lo tengo todo el tiempo conmigo, por un tema ya te digo más que nada de comodidad y también viste que a veces un mensaje en un momento que no se debe es peligroso, (sonrisa) y no, usarlo, lo uso más que nada para la comunicación con mis viejos, o con mis amigos o como te decía capaz que alguno: “¿qué hay que estudiar para la prueba de mañana?”, en vez llamarte te mandan un mensaje, viste entonces también para eso.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *No, no, no. A la noche lo pongo en vibrador por el tema de que siempre algún colgado te manda un mensaje a las 3 de la mañana, viste o que llega tarde. Pero sino, no. Apagarlo no*

por un tema de seguridad viste no vaya a ser cosa que: “Che pasó tal cosa”, no se pueden comunicar en casa o algo, lo primero que se hace es llamar a los celulares.

¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- Nada, porque mismo este,...tenemos el teléfono por una cuestión de comodidad pero sino existiera el teléfono, tenes los teléfonos públicos, tenés un locutorio por cualquier cosa que necesitas urgente. El celular yo por lo menos, que no lo uso, es cuando digo algo urgente. Salvo rara vez que digo: “tengo que llamar a mi mamá”, sino más que nada para pavear un domingo a la tarde que estás: “¿qué hago”, nada, mando un mensaje. No es algo imprescindible tampoco.

¿Podría ser más que nada como un pasatiempo?

- Sí, claro. Desde mi punto de vista, si yo lo tengo como eso, como la compu, como podés tener la playstation, la tele.

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- Si obvio, ahora ya no es levantar el teléfono y decir: “nos encontramos a tal hora”, es mandar un mensaje, decir: “vamos a salir a tal lado ¿podes? Casi siempre ahora más que nada, mismo con los chicos del colegio, todo se arreglan las salidas mediante los mensajes, salvo que pase una cosa de decir: “no, no puedo” ahí sí ya agarrás el teléfono porque es algo urgente, sino se arregla todo por mensaje.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- Con PERSONAL.

¿Por qué la elegiste?

- Por un tema de que mi papá tenía PERSONAL y le funcionaba muy bien. Yo tengo una amiga que tienen CTI que ahora es CLARO y que capaz que había lugares donde no les agarra la señal. A mi mamá le pasa eso, se compró un teléfono con CLARO y no le agarra la señal, entonces, como a mi papá le agarraba bien en todos lados y no tenía esos problemas, entonces agarramos directamente con PERSONAL.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No, en eso no porque cuando yo lo compré tenía 12 años y era como que capaz que ahora sería otra cosa, pero para ese momento era... no estaba pensando voy a mandar un mensaje, voy a hacer esto o lo otro. Era más que nada para el tema de la comunicación.

Y si ahora vos tuvieras que cambiar de equipo o de empresa ¿lo pensarías un poco más?

- Y ahora sí, claro, porque o sea con el tema de estar con la onda del paveo de decir: “¿Qué hago?” Capaz que vos tenés PERSONAL u otra línea que te ofrece un plan de cuenta fija y te dice: “te doy 300 mensajes por mes gratis”. Y ahora con el tema que te digo que se maneja mucho por el mensaje, capaz que estaría más bueno eso.

Sí, le prestarías atención.

- Sí, pero también hay que tener en cuenta el tema de la señal y todo eso porque mi mamá se vive quejando, no le agarra señal en mi casa. Entonces hay que medir las dos cosas.

¿Todo lo que implicaría el servicio?

- Claro, claro.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- No, te digo que muy pocas veces me ha pasado de tener que llamar por algún problema con el celular. Sino fue ninguna, habrán sido una o dos, y no ese caso agarro el teléfono de casa y llamo al 0800. Que lo agarro más fácil por ahí.

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería *importante* poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿**Por qué, para qué específicamente?**

- No sería más difícil, porque también capaz que vos tenés que hacer una consulta puntual y no podés escribir todo, explicar toda la situación más toda la consulta en un mensaje de texto, es como que te digo hay alguna información que llega mal o algo de eso y entonces es más bien preferible hacerlo un llamado telefónico.

Entrevista Nº 10:

Sexo: Masculino – Nombre: Diego – Edad: 14 años.

Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9º año, Ramos Mejía.

Localidad donde vive: Villa Sarmiento

1.-¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde séptimo grado, hace dos años.

¿Este es tu primer equipo?

-No es mi tercer equipo. Como venía sin llevarme materias era la recompensa (risas).

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- Siempre fue un regalo.

En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Todos los equipos los elegí yo.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Con abono.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Con abono me traen \$5 de regalo y 50 mensajes de texto gratis.

Y ¿es importante la cantidad de mensajes de texto?

- Sí.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Tiene cámara, MP3, filma, mensaje de texto, lo normal.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *Si la cámara la comparto mucho. Nos sacamos fotos entre todos, o filmamos algo que nos parece gracioso.*

¿Eso lo comparten mirándolo por el celular o después lo bajan a la computadora?

- *Lo bajamos a la compu. Y las repartimos en los mails.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- *Sí, un montón.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Con mi mamá, que como ella es la que me lo paga es la que me lo exige, y después con mis amigos.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Prefiero el mensaje de texto.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

Me parece más resumido, menos palabras. Me parece más cómodo.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Son consultas de la escuela, cosas que cosas que pasaron ayer y nos reímos hoy por ejemplo. Mi mamá “donde estoy”. Si cambio, si no voy a comer a casa, si voy a comer de un amigo, es eso.*

¿Arreglos de último momento?

- *Sí, exacto, imprevistos.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *No.*

¿Lo tuyo puede cortarse en dos o tres mensajitos?

- *Sí, si porque ya tres mensajitos equivalen a un minuto de hablar, prefiero hablar, el minuto ese.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- *En el día debo mandar diez y recibir diez, más o menos.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *¿Abreviaturas? Sí un montón!*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar **algunos ejemplos?**

- *Como el mensaje de texto tiene palabras limitadas y una vez que superaste esas palabras te cobran otro mensaje, está todo abreviado. El “que” es la “q” sola, en vez de poner “ca” apretas la “k”, directamente.*

Y ¿emoticones?

- *No, no mando.*

¿Pero porque no te gusta?

- *Pierdo tiempo en ponerlos, entonces no los uso.*

¿Supones que la gente que recibe un mensaje de texto tuyo con este tipo de abreviaturas tiene que conocer este código o alguien que no maneja el Messenger también te puede entender?

- *No, no son los mismos códigos cuando le mando un mensaje a mi mamá que cuando le mando a mis amigos. Son distintos.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *Yo, mi celular es despertador, me avisa cuando tengo que tomar medicamentos, agenda, mensajes, cámara, lo uso para todo, lo tengo en el bolsillo siempre excepto hoy que me lo olvidé en casa. Pero sino, si está conmigo cuando voy a la escuela, cuando voy al club, cuando salgo con los chicos. Desde que me levanto hasta que me acuesto lo tengo conmigo o al lado.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *No, no se apaga.*

¿Por qué no se apaga el celular?

- *No sé. A menos que se me acabe la batería en un viaje, no se me acaba nunca, no lo apago.*

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Se me complicaría mucho. Porque como lo usamos para avisarnos de pruebas, de tareas que por ejemplo ni idea tenía, y yo no voy a llamar a un compañero para decirle: “¿qué tarea hay hoy?”. Entonces un mensaje entre todos los temas, tarea para mañana y él me lo responde. Sería mucho más difícil aparte.*

¿Por qué sería difícil ubicar a la otra persona?

- *Porque mira, sin el celular, para tener lo que equivale mi celular, tendría que tener una cámara en el bolsillo, una filmadora, un MP3 entonces te imaginarás que iría con una mochila atrás, el celular me simplificó la vida. Tengo todo en el celular, me ayuda un montón.*

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Si estábamos organizando para ir a bailar el viernes y todo empezó con un mensajito: - “que mi primo fue a tal lado” y ahí nos empezamos a comunicar todos y ya arreglamos. Fue la última que me pasó. Que un compañero nos mandó un mensaje que el primo fue a bailar a Pinar de Rocha y que estaba bueno y arreglamos nosotros por mensaje también a donde íbamos a ir.*

Sin hablar entonces, llegaron todos al encuentro.

- *Sí.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *En mi casa hay tres tipos de empresas pero yo tengo MOVISTAR.*

¿Por qué la elegiste?

- *No porque por el tema del abono te dan \$5 gratis y 50 mensajes que yo los uso un montón, y entonces aparte me convenía porque el equipo estaba más barato en esta empresa que en otra.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

Sí, eso influyó mucho.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- *No, o sé ¿cómo? ¿Mandarles un mensaje a ellos? No yo marco *611. Viste que te llegan a veces esos mensajes que dicen “mandar a tres personas este mensaje y recibirás tanta plata o tantos mensajes gratis”. Bueno, yo... me agarra la duda entonces, entonces yo llamo al 611 y ellos me lo confirman. No me manejo con mensajes con ellos.*

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- *Sí, el otro día no me habían acreditaron el crédito y tuve que llamar y a mí me resultaría más fácil por mensaje.*

¿Sería más práctico?

- *Mucho más práctico. Sí.*

Entrevista Nº 11:

Sexo: Femenino – Nombre: Laura – Edad:14 años

Centro educativo al que asiste: Colegio Juan XXIII – 9º año, Ramos Mejía.

Localidad donde vive: Villa Sarmiento

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Desde los 14, no desde los 12. Dos años, más o menos.*

¿Este es tu primer equipo?

- *No, con este tres. Este es el tercero.*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- *Me lo regalaron.*

En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- *Mi abuela. Lo elegí yo.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con abono.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *No, me lo compré porque estaba más barato con abono.*

¿El equipo estaba más barato con abono?

- *Claro, con abono, igual los dos anteriores los tuve con tarjeta.*

Y comparando ¿es lo mismo?

- *No... es parecido, sí. Es mejor la tarjeta porque la cargas cuando querés. En cambio con el abono tenés que esperar para que te lo carguen y es más complicado.*

4.- *¿Qué funciones tiene el celular?*

- *Para escuchar música, para pasar bluetooth, y esas cosas mandar mensajes, llamar. Grabar, sacar, fotos.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *Escuchamos música, sacar fotos.*

¿Cómo hacen después con las fotos, las miran desde el aparato, las bajan a la PC?

- *Con el cable las bajamos a la computadora y las pasamos por mail.*

5.- *¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?*

- *Sí, sí.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

Con mis amigos, con mis papás también, con la familia.

6.- *Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?*

- *Y... mensaje de texto, es lo que más uso. Es más cómodo llamar en realidad porque hablás y directamente ya está. Pero yo me comunico más por mensaje de texto.*

¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

- *Es más rápido, es más cómodo.*

7.- *¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?*

- *Para mi mamá para saber como estoy, o si estoy bien, mis amigas para la tarea.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *No, porque hay cosas por ejemplo muy largas que no las puedes escribir. Es más fácil llamar y listo.*

No sos de esas personas que en un viaje de colectivo puede estar una hora mandando mensajitos.

- *No. Me molesta un poco mandar tanto mensaje, es muy cansador eso de andar escribiendo.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- *No, la verdad que no. Bastantes.*

8.- *¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?*

- *La abreviatura de palabras y eso.*

*En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?*

- *Es como que se sustituyen mucho las vocales. Entonces el “como” ponés “cmo” y “por favor” escribís “x favor”.*

Y la persona que recibe este mensaje tuyo ¿debería conocer un poquito este lenguaje como para entender o cualquiera te entiende?

- *Yo supongo a los que le mando son a mis amigos, a mi mamá ya no porque mucho no entiende de eso. Escribo la palabra completa.*

¿Emoticones usas?

- *No, solo las abreviaturas.*

Eso ¿tiene que ver con la cantidad de caracteres que podés usar? Si te pasas a otro mensaje.

- *Claro, para ocupar menos hojas de mensajes.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *Cuando salgo del colegio a veces vamos con las chicas a comer entonces le digo a mi mamá: “ya entré”, a la tarde con mi amiga.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *No.*

¿Por qué no se apaga nunca?

- *No sé, lo dejo prendido todo el día. Y a la noche cuando lo cargo lo dejo prendido.*

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

...

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Nos sacamos fotos y eso.*

¿Se puede tomar como una diversión?

- *Sí, puede ser. Un pasatiempo.*

¿Suelen cuando se mandan mensajitos, mostrarse entre ustedes?

- *Sí, (risas). A veces sí.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *Con CTI.*

¿Por qué la elegiste?

- *Porque siempre usé esa y me pareció confiable.*

¿A través de los equipos vos poder mantener el número o lo cambiaste?

- *Ahora, los primeros dos que tuve los mantuve, pero ahora me lo robaron, así que cambié la línea.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No, va... no me fijé en ese momento.*

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- *No nunca, la verdad que no.*

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿**Por qué, para qué específicamente?**

- *No llamo, mejor. Porque capaz que te puede explicar mejor el servicio técnico, el hombre que te atiende, capaz que te explica mejor. Es preferible llamar.*

Entrevista N° 12:

Sexo: Femenino – Nombre: Rocío – Edad: 20 años.

Centro educativo al que asiste: Colegio Ward – 3° año Polimodal, Villa Sarmiento.

Localidad donde vive: Haedo

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Y hace unos cuatro años más o menos.*

¿Este es tu primer equipo?

- *Sí.*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- *Lo compré yo.*

¿Por qué elegiste este modelo de celular?

- *Porque no me interesaba uno que tuviera cámara, ni que tuviera MP3, a mi lo que me interesaba era llamar, mandar mensajitos. El uso básico que se le da a un teléfono.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con abono.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *¿El abono? Que sé yo. Creo que es más barato las llamadas, los mensajes no se, pero las llamadas creo que es más barata que si la usara con tarjeta.*

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- *La básicas, no tiene ni cámara, ni bluetooth, ni infrarrojo, ni nada, mensajes y llamadas.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *Mensajes y llamadas.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- *Sí.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Con todos mis amigos, familiares, con quien sea.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Como elegir prefiero hablar, te entendés mejor, pero es más barato el mensaje.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

- *Si es algo concreto, que le tengo que decir, si, bueno se lo mando por mensaje. Si algo largo que necesito hablar, explicar, alguien que no sabe llegar a mi casa lo llamo porque por mensaje vamos a estar tres horas.*

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Desde temas importantes como puede ser el trabajo o la escuela, hasta preguntarle a una amiga como está, como está con el novio.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *Antes lo hacía, por ahí colgaba y mandaba que se yo treinta mensajes. Ahora ya me cansa. Es como que siempre en le mensaje corto, como para que la otra persona se de cuenta, no le*

doy pie a que me siga contestando porque sino estamos todo el día, o toda la noche y no, ya no.

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- Ni poquitos ni demasiados, o sea que se yo, promedio 20 mensajes por día, por ahí días que más, hay días que quizás no mando o no me manda, o no mando mensajes porque no tengo nada que hablar con nadie.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- Sí.

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- Como las abreviaturas por ejemplo. Depende a quien le mande. Si yo le mando a una amiga le puedo abreviar palabras que se que ella va a entender. Si le mando a mi papá o a mi mamá o a una persona mayor, es como que va de jeroglífico no va a entender de lo que le estoy hablando. Bueno tengo que poner la palabra completa.

¿Cómo que abrevias?

- Casa, pongo la “ksa”, en vez de “estoy” “toy yendo”, o en ves de “estás”?, “tas ahí”?. Que sé yo se sacan algunas palabras o las reemplazan por otras.

¿Eso siempre con alguien que pueda entender este código?

- Si a mi mamá, igual ella dentro de todo me entiende, mi papá no. (risas) A mi papá hay que ponerle todo.

¿Usas emoticones?

- No, por ahí pongo una carita sonriente como mucho, pero sino con signos de admiración o pregunta, con eso ya se entiende.

¿Eso de demostrar algún sentimiento lo haces?

- Y si estoy triste o si pongo algo que me deprime, pongo una carita triste o si algo me pone contenta la carita de contenta. No más que eso.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Yo no puedo vivir sin el celular. Si me lo olvido estoy desesperada, por ahí no lo uso si lo tengo, pero es tenerlo. Es como que necesito estar comunicada, si alguien me tiene que llamar o tengo que llamar a alguien por algún motivo.

¿Y cómo haces en el colegio?

- En el colegio lo pongo en vibrador. Y si me llaman depende con que profesor estoy pido permiso y atiando, o corto y lo apago.

¿Lo apagas en algún momento?

- No, salvo cuando no quiero que me llame nadie por algún motivo, que se yo, quiero descansar entonces lo apago. Ni para cargar, lo cargo prendido. Pero por costumbre, capaz lo pongo a cargar a las 5 de la mañana y nadie me va a llamar a esa hora pero ya es costumbre, no lo apago.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Me muero. Me sentiría desconectada del mundo o sea, acá en mi casa tengo teléfono con pulsos, y por ahí si nos quedamos sin pulsos es como que siento es que me pueden llamar, si no puedo llamar yo es que me falta algo, es un costumbre, lo tengo incorporado.*

¿Es esto de estar conectada en cualquier momento y en cualquier lugar con quien sea?

- *Sí.*

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Los fines de semana arreglamos siempre por mensaje de texto donde nos encontramos, a qué hora, en la casa de quien o en que bar, o explicarme como llego o yo a ellos.*

Y esto alguna vez ¿generó un malentendido?

- *No porque si no me entienden me llaman o yo a ellos.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *Con MOVISTAR.*

¿Por qué la elegiste?

- *La verdad me habían dicho en ese momento que estaba CTI todavía no era muy buena, que no tenía señal en algunos lados, entonces estaba entre PERSONAL y MOVISTAR. Yo el teléfono que tenía antes que, lo compartía con mi papá, era UNIFON, como que seguí con lo mismo porque ya lo conocía.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *En ese momento no, no había mucho. Ahora están mucho con que “si cargas 30 te damos 60” pero en ese momento no, no había tanta promoción como hay ahora.*

Y hoy ¿lo priorizarías?

- *No sé porque todas las empresas te brindan un beneficio distinto, MOVISTAR tiene beneficios, PERSONAL otros, que a la vez son similares también. Porque MOVISTAR te da 3 números para elegir gratis pero, MOVISTAR te los da y CLARO también te los da.*

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- *No. Cuando yo llamo para consultar el crédito, hay gente que lo pide por mensaje, yo llamo. O si tengo que llamar a atención al cliente, para nada me manejo con mensaje.*

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar **algún ejemplo**?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- *No porque si tengo algún problema con mi teléfono prefiero hablar con una persona antes de estar descifrando algo que me quisieron escribir en un mensaje.*

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

¿Pensás que ellos no te contestarían algo que vos pudieras entender en el mensaje?

- *Supongo que sí. Te mandan direcciones de páginas de Internet y cosas así y que prefiero hablar con una persona y que me diga: “hacé esto, hacé aquello”, y todo claro.*

Entrevista N° 13:

Sexo: Masculino – Nombre: Nahuel – Edad: 14 años

Centro educativo al que asiste: Colegio del Parque – 9º año, Villa Sarmiento.

Localidad donde vive: Villa Sarmiento

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde los 11 años.

¿Este es tu primer equipo?

- No.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- Me lo regaló mi mamá.

En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Lo elegí yo. El equipo que tengo ahora me lo prestaron porque me robaron el anterior.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Con abono.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Que no tengo que gastar en tarjeta en el mes cuando no tengo plata y que si lo manejo bien me alcanza para todo el mes.

¿Generalmente te alcanza?

- No, pero bueno. Igual este mes estoy llegando bien.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Pocas y nulas porque es un celular muy viejo.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- No tiene nada de cámara. El anterior tampoco tenía.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí, mucho.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Con amigos, con mi vieja cuando necesita algo, mi viejo.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- Según, si es muy largo llamo, y sino mando mensaje, si es algo, un favor. Pero mayormente uso el mensaje.

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Para ver si hacemos algo, si hay algo del cole, si nos juntamos a hacer un trabajo, nos juntamos a boludear con los chicos para ir a algún lado y para ver como andan mis amigos.

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- Si, si estoy enganchado me puede llevar 30 mensajes.

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- *Entre 15 y 20 mandados y lo mismo recibido.*

8.- *¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?*

- *Si es lo mismo.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar **algunos ejemplos**?

- *Para ganar tiempo y hacer más rápido en vez de poner “contás” ponés “cn”, por ahí a veces le sacás la “a”, “ca” todo para mayor velocidad, para mandar más rápido el mensaje. Para eso.*

¿Este código vos lo usas con tus amigos, con tu mamá?

- *Con todos.*

¿La persona que lo recibe debería manejar más o menos el mismo código que vos?

- *Claro, no. Sí.*

¿Y los emoticones?

- *Si los usamos, aunque no se vean en mi celular, como se algunos códigos los pongo, nos manejamos con eso.*

¿Por ejemplo cuales?

- *Que sé yo... una carita feliz, una triste. Si tengo una nota baja o no puedo hacer algo, una triste..*

9.- *¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?*

- *Empiezo a la mañana si faltó algún compañero del cole, empiezo a mandarle mensaje a ver porqué faltó, si hay alguna nota de él se la mando y si es viernes, me hablo con amigos que son de fuera del cole y si mi mamá necesita algo, para eso.*

¿En el colegio lo tenés prendido?

- *Lo tengo en vibrador.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *Cuando se me acaba la batería.*

¿Y por qué nunca se apaga el celular?

- *Y porque en cualquier momento puede pasar algo.*

¿Vos no contemplas que te llamen a tu teléfono de línea?

- *Casi siempre si me llaman y me mando mensajes con esa persona, esa persona me manda un mensaje “te llamo” o “llámame”, o varias veces me llaman, pero casi siempre es por celu.*

10.- *¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?*

- *Y primero avisar por MSN que no tengo celular y tratar de conseguir un aparato y un chip.*

¿Pero qué cambiaría en tu vida?

- *Mis planes del fin de semana. Por ejemplo yo este fin de semana tengo un 15 para arreglar con mis amigos para ir y todo la organización de mis días. Casi todo pasa en función del celular.*

11.- *¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?*

- *No, el último fin de semana me empecé a mandar con un amigo y le puse si quería venir a casa, y me conecté, hablamos un cachito y después me mandó un mensaje – “estoy yendo” – y se quedó acá y fue lo último que pasó con el celu que vino alguien. Y sino ayer que*

empezamos a arreglar con un montón amigos y estábamos por la calle de donde estaba, teníamos que ir a buscar a algunos al colegio para juntarnos todos y venir acá.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- Por ahora con CLARO.

¿Por qué la elegiste?

- Con el anterior también tenía CTI, era CTI en ese momento.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No porque fue una promoción que le dieron a mi mamá y como yo estaba necesitando plata, vendí mi anterior celular y me dieron ese.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- No, porque los mensajes que me llegan de CLARO los ignoro. “Que si abono una tarjeta de \$30 tengo más mensajes o alguna promoción”, ese tipo de cosas.

¿Y vos no querés engancharte en ninguna de esas promo?

- No porque. Las tarjetas, no compro tarjetas, y las promociones me parecen en vano.

¿Y si querés acceder les tenés que contestar de alguna manera?

- No, contestar no se puede. Si es alguna promoción, por ahí te metes en Internet y que hagas toda la promoción por Internet.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- No. Los llamo a la empresa.

¿Sabés que tienen un número?

- Sí.

Entrevista N° 14:

Sexo: Masculino – Nombre: Ariel – Edad: 19 años.

Centro educativo al que asiste: Escuela N° 24 – 1° año del polimodal, Morón.

Localidad donde vive: Morón.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Hace 2 años.

¿Este es tu primer equipo?

- No, ahora no tengo.

¿Y cuantos equipos tuviste?

- Tres.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- El primero me lo compré yo. Uno me lo regalaron y el otro también me lo compré yo.

¿Los cambios, por qué fueron?

- *El primero porque se lo regalé a mi hermana, el otro después me compré uno yo y otro me lo regalaron, ya no lo usaban y me lo regalaron.*

En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con tarjeta.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *Que había veces que no lo usaba y a veces le podía cargarle \$10, \$15 y lo usaba una vez sola y después no lo usaba más. En lo económico es mejor.*

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- *Era un celular común, sin foto, sin cámara, sin nada.*

¿Y de los anteriores?

- *El primero tenía cámara de foto, MP3, todo eso.*

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *Sí, grabaciones, fotos, sí bastantes cosas, música también.*

Y eso después ¿lo compartían con el aparato, con la computadora?

- *Sí a través del infrarrojo o Bluetooth, cualquiera de los dos.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- *Sí.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Con mis amigos, mi mamá, mi papá, mi novia. Con todos.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *No, hablar también. Cualquiera de las dos cosas me da lo mismo.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

Prefiero llamar más que un mensaje. Según que situación.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

Para avisarles a los chicos que estoy yendo para allá si están jugando a la pelota, les mando un mensaje y ya está, no los voy a interrumpir mientras están jugando a la pelota. Nada más para eso, para algo puntual.

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *No, mucho no porque sería lo mismo que hablar por teléfono. Preferiría llamar.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías/recibís en un día?

- *Y en un día... entre que me mandaban y recibía, unos 50 mensaje. No con la misma persona. Con mis amigos, con mi mamá, mi papá, mi novia. Con cualquiera que me mandaba mensaje, va con el que me mandaba yo respondía. Mis amigas.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *Si hay también, igual. Tal cual.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar **algunos ejemplos**?

- *Te abrevian todo, y después algunos te ponen caritas. Los que tienen celulares nuevos.*

¿Cómo haces vos para darte cuenta de estas palabras que te mandan abreviadas?

- *Y... porque te das cuenta porque hace bastante que tengo celular y vos mismo también abrevias. Las usas en cualquier lado, en el MSN.*

¿Eso lo usas solo con tus amigos o también con tu papá?

- *Si a veces sí, le mando cualquier cosa a mi papá. Si estoy en algún lado y no puedo hablar le mando un mensaje.*

¿Tiene algo que ver con la cantidad de caracteres, de mensajes?

- *No, si te cobran por mensaje. Así que no, es lo mismo.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *A mi primer celular mucho uso no le daba porque trabajaba y no le daba mucho uso. Lo que sí se me rompió muy rápido porque se me caía, o lo pisaba o cualquier cosa y no me daba cuenta, más en el laburo. Lo usé muy poco. Los otros son clásicos, son para llamar y mandar mensaje.*

Pero ¿Qué uso le dabas?

- *Lo tenía conmigo todo el tiempo.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *No, porque me tenían que llamar a la mañana para ir a trabajar y todo eso.*

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Se complica un poco. Como estoy en mi casa mi papá me llama a mi casa, me vienen a buscar acá. A mis amigos les cuesta más porque tienen que venir acá o llamarme de un público, los que no tienen teléfono.*

¿Podríamos decir que vivís sin celular?

- *Si hace 15, no 20 días que no uso.*

Y por ahora ¿estás en proyecto de tener uno nuevo?

- *No, que siga ahí donde está, (risas)*

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Por ahí que nos íbamos a la casa de uno a ver una película o a jugar a la Play Station y nos filmábamos, “mira estamos jugando a la Play Station con 19 años”. Y cuando vamos a jugar a la pelota y nos ponemos a boludear con los chicos, y eso.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *Use casi todos PERSONAL, MOVISTAR, CTI.*

¿Por qué las elegiste?

- *PERSONAL es muy cara. Cambié a CTI y CTI no me gustaba y cambié MOVISTAR. Prefiero MOVISTAR que es mejor. Mas que encima es más barato que casi todos tienen MOVISTAR, es más barato para mandar mensaje y también por la señal, PERSONAL me perdía señal, me mandaba mensajes cuando quería.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No, porque gastaba lo mismo. Cargaba la tarjeta y era lo mismo.*

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar **algún ejemplo**?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- *No.*

13. ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿**Por qué, para qué específicamente**?

- *No. Lo llamo directamente y le digo - “no anda, cualquier cosa del aparto”*

Y ¿Con las promo que te mandan?

- *Si, te mandan. Por ejemplo que comprando una tarjeta de 30 te cargan 60, que con 25 te dan 50 mensaje gratis.*

¿Les contestabas algo o tenias que entrar a Internet?

- *No. Vos te comprabas una tarjeta y se te activaba solo.*

Y ¿alguna vez hiciste caso de esto?

- *Si una vez sola que cargué 30 y vinieron 60 pesos de enserio. Yo pensé que era mentira pero vinieron \$60 de enserio. Después nunca más le cargué más de \$10, \$15 si no usaba más de eso.*

Entrevista Nº 15:

Sexo: Masculino – Nombre: Cristian – Edad: 21 años.

Centro educativo al que asiste: Univ. De Morón.

Localidad donde vive: Morón.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Desde los 16. Y ahora tengo 21.*

¿Este es tu primer equipo?

- *No, tuve tres equipos.*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron? En el caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- *Los compré.*

¿Por qué fuiste cambiando de modelo?

- *Uno lo cambié porque era demasiado viejo y comprar uno más actualizado, y después porque perdí uno y lo recuperé.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Es con tarjeta.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- En realidad te ayuda a restringirte más con el uso del teléfono. Par mi, en lo personal me parece más ventajoso tener un abono mensual que tarjeta porque la tarifa es más cara. Pero te limitas más, te controlas más con la tarjeta.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Cámara, reproductor de MP3 es completo.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- Por lo general bluetooth que compartimos videos, o cosas así que grabamos entre nosotros. Para pasar música, videos que tengamos en común o que queramos por lo general así.

Algunos videos, depende del video que sea, sí podemos llegar a subirlos a Internet pero por ahí algunos momentos, cumpleaños o situaciones así que por ahí los grabamos y lo queremos tener más de uno nos los pasamos como las fotos.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Con todos, con amigos, con familiares.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- Preferentemente por mensaje. Depende la situación. Si es algo corto o que es para arreglar en un momento determinado así rápido un mensaje sino hablar. Si no, hablar, pero generalmente igual con mensajitos te colgás un poco. Decís: “mando uno” y por ahí te contesta y volvés a contestar y ... suele pasar.

En caso de contestar **Sí**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

- Cosas puntuales.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Por ejemplo para avisar determinada cosa de una persona o para hacer una pregunta en particular, generalmente cuando tenés una duda o una inquietud o algo y tenés que preguntarle algo a alguna persona, y ahí si sale alguna conversación de más, que por lo general sale, siempre terminamos hablando de alguna otra cosa pero por lo general soy de mandar muchos mensajes porque es tarde y ...

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- Sí. Hay veces que por ahí, hay circunstancias donde no podes hacer una llamada o algo y te estás mensajeando o mandando mensajes y depende podes estar todo el día también. Podes estar todo el día, como también una hora dos horas, depende el tema del que estés hablando, con quién estés hablando. Todo eso determina lo que estás haciendo con el teléfono.

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

Ahora que no está mucho el teléfono no sé, pero estándar si 20 mensajes por día y si es fin de semana más, sí el doble.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- Sí. En general se utilizan como para abreviar la escritura, para gastar menos en mensaje, entonces abrevias las palabras. Pero en realidad vos utilizas las palabras abreviadas y terminas mandando 5 o 6 mensajes.

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- “Que” utilizas la “q”, “ca” reemplazas la sílaba “ca” por la letra “K”, y por lo general reemplazas sílabas por una palabra o por números.

La persona que recibe este mensaje de parte tuya ¿debería compartir este código o cualquiera que lo leyera lo entiende?

- Si por ejemplo yo le mando un mensaje así por ejemplo el “porque” pones la “x” y la “q” (xq). Si yo le mando un mensaje así y no está muy actualizado o embebido de los mensajes de texto y todo eso no lo va a entender mucho.

¿Usan los emoticones o las caritas para expresar algo en los SMS?

- Y no mucho no, eso sé más se utiliza por MSN en la computadora. Desde que obviamente tenés la opción de mandar algún emoticón o algo, por lo general antes que no estaban los emoticones y por ahí ponías alguna que otra carita así con los signos de puntuación, pero sí siempre hay alguno que otro que te manda un emoticón, yo particularmente no los uso.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Diariamente por lo general depende de la persona puede que le pregunte a la persona cómo estuvo el día o qué está haciendo en ese momento, si es una persona en particular. Sino por lo general respondo los mensajes.

¿Lo llevas con vos todo el tiempo?

- Si, utilizo el celular hasta duermo con el celular al lado de la cama.

¿Lo apagas en algún momento?

- No.

Y ¿Por qué nunca se apaga el celular?

- Siempre estás pendiente de algo. Si sos de mandarte todos los días mensajes o de estar recibiendo, por ahí como te digo últimamente no lo estoy usando mucho, pero si es fin de semana si hasta cuando lo pongo a cargar, lo pongo a cargar prendido para que no se apague en ningún momento porque constantemente viendo si se arregla algo o demás, pero hay días de semana que mucha importancia no le das entonces si puede estar apagado además, pero casi siempre está prendido.

Si alguien te llama y está apagado, ¿no se le ocurre llamarte al teléfono de línea de tu casa?

- Si es urgente sí, pero sino por llamada o por Internet por el MSN. Generalmente si es un mensaje, generalmente es contestado. Si no te encuentra por el celular, te deja un mensaje, te manda un mensaje entonces cuando vos lo prendas o puedas tener contacto con el celular vas a leer el mensajito y te vas a poner en contacto con esa persona. Pero si es urgente si te va a llamar a tu casa.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

....

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Con el tema de mensajes por ejemplo algo gracioso, nosotros somos de salir con el grupo de secundaria las mujeres y los varones. Salimos todos juntos pero siempre arreglamos los varones por un lado y las mujeres por el otro. Y hay algunas que otras parejas entre el grupo de amigos. Entonces lo que hicimos un día, fue organizar, todos nos juntamos todos en una casa y salimos las mujeres por un lado y los varones por el otro, supuestamente yendo al mismo lugar. El tema es que por mensaje de texto mandamos que se habían demorado los remises y que se yo. Entonces las chicas ya habían llegado y nosotros convenciéndolas de que íbamos a llegar más tarde y demás, nos habíamos ido para otro lado y todos los novios mandando como que estábamos yendo para ahí y que nos habíamos retrasado.*

Puede ser que sea como chiste o puede ser que surja la confusión porque,... o sea eso que hicieron fue en realidad más a propósito.

- *Exactamente.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *En este momento tengo dos. Uno con CTI y otro con MOVISTAR.*

¿Por qué las elegiste?

- *MOVISTAR porque era la que le tenía más confianza digamos. CTI, en realidad tengo la línea CTI porque estaba encaprichado con un teléfono y como era nuevo y lo quería ya, ya, ya era la única línea con la que lo podía conseguir me lo compré con esa línea. Si no me lo hubiera conseguido con MOVISTAR. Si bien CTI tiene la tarifa más barata en el momento que yo lo había comprado era la empresa que tenía más defectos en cuanto a telefonía. Hoy están muy estandarizadas las tres empresas que hay, pero siempre hay alguna que está por encima de la otra.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *Y al principio sí, si está la competencia de que una te da 100, la otra 200, otra que te da 500 mensajes pero depende también de la necesidad de cada uno. Yo creo que si vos estás convencido que una empresa es buena por más que tengas la otra que es inferior que te da 7000 mensajes no, no la vas a tener. Eso depende de cada una.*

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- *No, llamo al *, al Call Center.*

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- *No. Yo creo que por lo único que lo utilizaría es para recargar la tarjeta o algo que existe la posibilidad, pero no las veces que tuve que recargar no lo utilicé tampoco. Si utilizaría solo*

mensaje de texto sería para recargar el saldo en la línea. Si tengo alguna consulta o algo prefiero hablar por teléfono.

Entrevista N° 16:

Sexo: Femenino Nombre: Erika – Edad: 23 años.

Centro educativo al que asiste: Univ. De Morón.

Localidad donde vive: Ituzaingó – Castelar.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde que estaba en la secundaria, desde 3º año, desde el 2004 más o menos que me compré, va que me compraron el primer celular.

¿Este es tu primer equipo?

- Este el tercero. Porque se me rompió el que tenía y le pedí a mi mamá que me de el suyo hasta que me compre el nuevo.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron? En el caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Me los regalaron. Si el primer celular fue porque veía que todos empezaban a tener celular, entonces le dije a mi papá que me compre uno y después el otro fue para mi cumpleaños.

¿Vos pudiste elegir el equipo con las funciones que querías?

- Sí siempre. El primero fue más básico porque no sabía, a parte porque no había muchos modelos así con camaritas con todo eso y eran bastante caros y el segundo sí, lo elegí yo con todas las funciones que yo quería.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Es un plan en flota con los integrantes de mi familia y es un abono, va es libre en realidad. Si vos te pasas podés seguir hablando gratis, después te viene la factura, obvio.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Y... muchísima porque nunca me quedo sin crédito, puedo seguir mandando y bueno después el resultado se ve en la factura y mi papá me reta. (risas) Por eso cuanto tenía el abono fijo en el anterior todo el tiempo tenía que ir a cargarle tarjeta y eso me molestaba. Acá siempre tengo crédito o si estoy en la calle o algo siempre tengo por cualquier cosa.

Vos tenés un abono que si vos te excedes después te lo siguen cobrando con excedente. Siempre viene mucho (risas)

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- El que tenía antes que es el que me rompió porque se le hinchó la batería, tenía cámara... en realidad es uno viejito porque yo lo tengo desde hace 4 años más o menos, porque fue el segundo celular, tenía cámara, para filmar, mensajes, llamadas, jueguitos. MP3 no porque es viejito y esos salieron más ahora. En su momento salía caro ese celular ahora debe estar re barato.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- Sacaba fotos porque tenía la opción de poner la fotito para llamar. Al principio cuando me lo compré si sacaba muchísimas fotos, filmaba videos ahora ya después cuando pasa el tiempo uno lo usa solamente para mandar mensajes de texto o para llamar, va en mí, muchas fotos no. Las fotos para la identificación las dejaba y las otras las bajaba a la computadora.

¿Se las mandabas a alguien por mail?

- Las mandaba por mensaje multimedia, se las mandaba a las persona que quería, va a los que tengan también para recibir. Porque muchas veces si eran de otra empresa no les llegaban, a algunos sí, otros no.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí, para comunicarme, sí.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Lo uso con mi novio todo el tiempo, hasta con mi familia, los que tienen en flota que nos podemos hablar gratis, también usamos mensaje. Después con mi jefe, que es una de las forma de comunicarme ya que no estamos todo el tiempo en contacto, el mail y los mensajes de texto son con lo que más me comunico con él. Con mis amigas también.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

En caso de contestar **Sí**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

- Mensaje porque a veces le tengo que preguntar una sola cosa o le tengo que hacer una pregunta y es más fácil un mensaje de texto que una llamada. A parte la llamada sale más cara. Entonces me resulta mucho más práctico un mensaje.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Para preguntarle a mis amigas cómo están porque hace mucho que no las veo o a mi jefe para avisarle ciertas cosas, con mi novio también, me resulta más práctico que llamar porque a veces estás en un lugar o está aburrída y no podes llamar porque estás capaz en un consultorio y mandas un mensajito: -“Hola, ¿cómo estás?”, cosas así. En vez de estar llamando es más práctico un mensajito.

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- Sí, o sea, son cortas tampoco son muy largas porque en los mensajes no te podes explayar tanto, pero sí. Se puede mantener una conversación que después se seguirá hablando, capaz se corta, pero sí se puede.

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

- Por día más de 20 seguro, gasto muchos mensajes. Más de 500 por mes gasto.

¿Ese es el cupo que te da la empresa?

- No, vos tenés libre. Por eso yo ahora contraté un pack de mensajes de texto porque ese se me excedía. Contraté un pack de 400 mensajes pero siempre más de 500 gasto. Por eso te digo, a veces sin llamados a mi mamá que tiene la flota mandar mensajes: “Hola, ¿cómo estás?” o “ya estoy llegando” o “esperame que ya llego”, entonces me resulta más fácil.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- Así abreviaturas, sí. Pero yo no soy mucho de abreviar. Salvo que tenga que usar una oración muy larga y tenga que achicar el “que”, le saco la “u” y la “e”, pero siempre trato de escribir la palabra completa, no me gusta abreviar. Con cualquiera. No me gusta y en el Messenger tampoco. No me gusta, va que se yo...

¿Tus amigos los usan mucho?

- Sí, más o menos. Abrevian el “que” con la “k”, o “¿Cómo estás” te ponen “¿Cómo tas?”, abrevian las palabras. A veces la abreviatura te confunde o no entendés lo que te quiso decir. Muchas veces no le ponen los puntos y entonces te confunden toda la oración y le decís: “Pero me dijiste que no”, y era que sí.

¿Por qué suelen abreviar las palabras?

- Para mí primero porque el mensaje de texto para mandar uno solo tenes que poner una cierta cantidad de caracteres, sino se te pasa a dos y te cobran los dos mensajes. Para eso es abreviar. Y en el Messenger también, ya es más la costumbre del Messenger que se pasó al mensaje de texto. Me parece que es así.

¿Usan también los emoticones, las caritas?

- Sí, pero yo no uso mucho porque no sé cómo se hacen, salvo las caritas tristes que es con el igual y el paréntesis “=)”, después no, mis amigos tampoco lo usan mucho.

Si vos usas este tipo de cosas igual ¿alguien se puede dar cuenta de tu estado de ánimo, se lo contás, usas algún signo?

- Si poniéndole la palabra, siempre trato de poner: -“Si estoy bien” – va siempre nos preguntamos con mis amigas ponele que no nos vemos por una semana, ponemos: -“Hola, ¿Cómo estás?”; -“bien”, sin la carita. Para mí la carita no significa nada porque como no la usamos yo entiendo cómo está la otra persona si me lo dice.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Lo tengo todo el día prendido. Me despierta el celular, con el despertador y después todo el tiempo lo llevo conmigo porque mi jefe me llama, mi mamá, todo el tiempo pendiente del celular, va o sea, lo tengo conmigo y trato siempre de atenderlo, porque si no lo atiendo mi jefe me mata. Pero siempre lo tengo conmigo, sea donde sea pero siempre en vibrador porque lo llevo a la facultad, no quiero que me digan nada los profesores. También para avisar que me vienen a buscar. A parte siempre lo tengo que tener con batería porque sino cuando salgo de la facultad no puedo avisar o siempre está llamándome alguien y no pueden comunicarse conmigo. Siempre desde que me levanto hasta que me acuesto, siempre con el celular.

¿Lo apagas en algún momento?

- No, nunca. Antes si lo apagaba, con el viejo. Pero ahora como lo uso de despertador no, no lo apago. Salvo que me quede tildado o algo lo apago, sino no.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- Me volvería loca, no sabría como comunicarme. Siempre en mi familia, mi mamá estuvo pendiente: “hay, cuando volvés”, o que sé yo, sería más gastadero tener ir a un locutorio o si me pasa algo como aviso, o si me quedo en la calle, prefiero el celular, sea como sea.

¿La necesidad pasa por un tema de seguridad y avisar?

- Y sí, porque si un día yo me acuerdo que era más chica salía y tenía que llamar a un remis o llovía, capaz no había un locutorio ni nada y no tenía monedas y el celular te salvaba. O te perdiste, el celular te salva.

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- Siempre estamos con: “Ah, te compraste un celular nuevo”, siempre estamos, a ver la nueva tecnología que salió: “ah, mira salió con camarita”, porque ahora se modernizaron más, pero siempre en alguna reunión hablamos de los celulares, “mira el celular que te compraste”, siempre estamos pendientes de los celulares.

Y en ese momento ¿se filma?

Si nos sacamos fotos porque ahora vienen más como las cámaras digitales, o nos pasamos música por el Bluetooth, pero siempre: “Hay, mira el celular”. Me pasó la semana pasada que tuve un cumpleaños que hacía mucho que no nos veíamos y el celular fue uno de los temas en el cumpleaños.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- Siempre funcionó con CTI que ahora es CLARO, siempre desde el primer celular fue esa empresa. Siempre me resultó buena.

¿Por qué la elegiste?

- La elegimos porque era una de las primeras, las otras no eran tan conocidas, pero al principio teníamos problema de que no se podían mandar mensajes con otras empresas pero después siempre, va se fue modernizando y funciona perfecto. Nunca tuvimos problema en ese sentido. Yo estoy muy contenta.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No porque sacamos el pack, nunca nos importó la cantidad de minutos. Bueno, siempre dijimos –“vamos a sacar este abono”. Siempre funciona. Ahora porque yo si gasto muchos mensajes, ahora sí me fije, me mostraron todos los planes que hay, sino sé que en todas las empresas está igual, creo que \$0.10 cada mensaje pero, no quisiera cambiarme porque ya estoy acostumbrada a CLARO. Me gusta. A parte tiene precios accesibles. Y aparte con esto de la flota nos dan bajos precios en la compra de equipos nuevos. Está bueno.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- Mensaje de texto no. Llamo al *611 para preguntar los teléfonos nuevos que hay, si me quiero ir a comprar uno o sino para ver el saldo. Pero mensaje de texto con CLARO, no.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

-Y si, sería más cómodo tener que llamar, esperar que te atienda la operadora, todo eso, que a veces tenés que estar un rato largo y te come crédito. Sería mejor.

Lo usaría para consultar equipos o para preguntar el saldo, que te llegue por mensaje de texto, que no sé si lo tienen ahora. Cuando vence la factura, esas cosas, típicas.

Si sería más cómodo, ya tener que esperar que me atienda la operadora no me gusta.

Entrevista N° 17:

Sexo: Masculino – Nombre: Lucas – Edad: 17 años.

Centro educativo al que asiste: Escuela N° 2– 3° año de Arte y Diseño, Haedo.

Localidad donde vive: Haedo.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

-Desde el 2004.

¿Este es tu primer equipo?

- No, el segundo.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- El primero me lo regaló mi papá y el segundo me lo compré yo.

En el caso de que haya sido un **regalo**, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Si porque rompí bastante. (risas) Y el segundo esperé tres años y dije: “Sí me lo cambió por la camarita”.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Con abono.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Los mensajes de texto son más baratos y nada más, me lo paga mi papá.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Llamar a mi mamá cuando me cambio de casa de algún amigo a la noche y avisar por donde estoy.

¿Tiene camarita, MP3?

- Trae camarita y MP3.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- No. No uso nunca la cámara y en su momento, si me lo compré por la cámara.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Mi novia, mi mamá, mis amigos para arreglar las salidas.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

En caso de contestar **Sí**, ¿Podrías explicar **por qué?** ¿**En qué casos?**

- Si es algo rápido e importante llamo por teléfono, si es una boludes, mensaje.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *A ver cómo anda, que hacemos a la noche, como se siente.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *No por mensaje de texto no, es distinto, es raro, no se puede. Preferiría hablar por teléfono.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibís en un día?

En un día 15, 20 mensajes, si es fin de semana. Si no 10.

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *¿Abreviaturas? Sí, pero no soy de usar porque no me gusta como queda. Prefiero gastar un poco de crédito y que quede bien escrito.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar **algunos ejemplos**?

- *“Después” “DSP”, lo que pasa es que como no los uso mucho no los tengo muy presente, pero si me los escriben los entiendo.*

Vos ¿por qué pensás que más de uno usa el tema de las abreviaturas? ¿Por qué es un código?

- *Para gastar menos crédito.*

Y la gente que utiliza este código ¿debería comunicarse con gente que conoce de este código o cualquiera podría entenderlo?

- *Cualquier adolescente sí. Por ahí alguna persona un poco más adulta no entiende algunos códigos.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- *Me levanto y pongo el MP3 para irme al colegio, hasta que llego al colegio y lo pongo en vibrador, y en el colegio no lo uso mucho. Y me vuelvo escuchando el MP3 y si tengo que hacer algún llamado para que me retiren llamo del teléfono para no usar el teléfono público.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *Por ahí a veces cuando vuelvo muy temprano de bailar lo apago. Casi nunca lo apago, lo dejo prendido a la noche.*

¿Por qué nunca se apaga el celular?

- *No sé porque. A veces me han levantado y una bronca, pero no se porque no lo apaga. Por si me escriben o así, está prendido.*

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Y hablaría más por teléfono pero de línea.*

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Si un desencuentro porque hace poco perdió el teléfono y ubicarla sin el celular me pone loco, no sé dónde está, no se nada entonces me tengo que comunicar con las amigas de ella, entonces no se es como re raro, es como que está incomunicada conmigo.*

El teléfono me permite ubicar a alguien en cualquier lugar.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *MOVISTAR.*

¿Por qué la elegiste?

- Porque hacía un descuento grande con el teléfono que me gustaba en ese momento.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- No por ahí a veces tienen algunas promociones que te dan más abonos y eso está bueno. Por ejemplo cargas \$30 en Internet y te dan \$60 y te regalan 200 mensajes y las uso.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta 14.

- Sí. Promociones nuevas, equipos nuevos para ver si hay algún equipo a un precio razonable. Alguna que otra factura vencida que no me llegó. Llamo, no mensaje no.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

- No, no creo, prefiero llamar por teléfono porque perdés muchas cosas mandando mensaje que hablando no.

Entrevista Nº 18:

Sexo: Masculino – Nombre: Enzo – Edad: 19 años.

Centro educativo al que asiste: CBC – UBA, C. A. Bs. As.

Localidad donde vive: Villa Sarmiento.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde que tenía 15, 16 años.

¿Este es tu primer equipo?

- Este es el cuarto equipo después de tres rotos y uno robado, no el quinto, perdón.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- Lo compró mi mamá para mi cumpleaños, fue un regalo. Y era lo más avanzado en un momento.

En el caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Si yo quería el más avanzado, con cámara de fotos y todo..

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- Con tarjeta.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Que puedo cargarle cuando tengo plata y si no tengo, en ese caso no lo uso. Y no me quedo sin que nadie me pueda llamar.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Tiene linterna, es un 1100, lo más básico que hay ahora. Después de romper equipos bastante más nuevos me quedé con uno usado que bueno que funciona para mandar mensajes, llamar y linterna. El primero tenía cámara, reproductor de música, todos los

chiches, pero ni los usaba tampoco. Por eso después me acostumbré a usar el que tengo ahora.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- *Creo que las fotos. Por lo general fue el boom cuando salió el celular con cámara y con música o con MP3.*

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- *Sí, mucho. Es lo que más uso.*

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- *Con mis amigos para organizar salidas o para juntarnos y con mi mamá, “estoy bien”, dónde estoy y así.*

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Prefiero la llamada, pero es más cara, entonces todo se ve (risas).*

¿Es un tema de costo?

- *Sí, lo mismo que porqué está en tarjeta, es porque no hay siempre plata para pagar todos los meses.*

En caso de contestar **Sí**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Reuniones, o sea, juntarnos y para saber si estoy bien, con mi mamá. Nada más.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el SMS o solo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *Acostumbro a usarlo por cosas puntuales pero hay veces que sí: “Bueno nos vemos hoy a la noche”, y después sigue saliendo la conversación y se puede alargar un poco. Pero nunca una conversación muy larga porque no se entiende mucho.*

¿Cuántos mensajes podrían ser?

- *Cinco míos y cinco de la otra persona.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías/recibís por día?

- *No.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *Existir, existen, yo no los uso porque me complican la vida. Yo escribo un texto que me molestan mis amigos porque dicen: “escribís un testamento”. Porque yo escribo en un mensaje realmente todo. No lo abrevio, nada.*

¿Y si a vos te escriben abreviado los entendés?

- *Sí, por lo general sí.*

¿Vos utilizas Messenger?

- *Sí.*

¿Y se puede comparar un poco a esta forma que escriben los chicos en los mensajes de texto con el MSN?

- *Sí, supongo que sí.*

En caso de contestar **Sí**, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- Porque el “que” mandar la letra “q” o la “k” que son abreviadas.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuándo?

- Lo uso para el despertador para ir a la facultad o no, porque igual uso el despertador porque sino me puedo despertar tarde. Lo dejo para recibir mensajes o llamadas más que nada, en caso de que quieran ubicarme. Y si me quiero comunicar, que no es muy común, mando mensajes. Pero no podría decir una hora.

¿Lo apagas en algún momento?

- No, a menos que se me muera la batería porque me dura una semana la batería, más o menos. Cuando me olvido de cargarlo, el último día está un poco sin batería entonces salgo por ahí y se me muere en la mitad de la noche, o sino, no, lo cargo prendido.

Y ¿por qué no se apaga el celular?

- Porque justamente lo tengo que con la alarma, para que me despierte a la mañana, supongo... Si lo apago creo que suena igual la alarma, lo dejo prendido porque la batería dura una semana... no tiene sentido apagarlo.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- En realidad estoy acostumbrado a pasar tiempo sin celular por causa de que me lo olvido, como no lo acostumbro a llevar encima, lo llevo en la mochila, si me olvido la mochila por ahí me lo olvido de ponérmelo encima y no pasaría nada si no lo tuviera. Ya rompí cuatro aparatos y pasé meses sin celular. Y como no lo uso mucho, no es una cosa muy...

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- Por culpa de mis amigos rompí un teléfono. Porque me gastaron todo el crédito llamando desde mi celular, desde mi propia casa a mi casa. Y cuando vi que tenía como \$10 y me lo habían gastado todo en boludear, le tiré el teléfono por la cabeza a mi amigo, por lástima no le di. Y el teléfono, tuve que conseguir otro equipo.

¿Te quedaste sin teléfono?

- Sí. Creo que es lo más gracioso, ahora, en el momento no lo fue. Es una anécdota.

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- MOVISTAR

¿Por qué la elegiste?

- Creo que es la mejor en estilo de llamadas, igual es la más cara. Brinda un buen servicio y nunca me falló hasta el momento. Navidad cuando te llama todo el mundo, pero... Siempre tenés antena, siempre llegan los mensajes. Nunca me pasa que pasan tres horas hasta que llega el mensaje.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- En realidad no, porque creo que es la más cara. Como ya dije me sale más caro que usar otra empresa pero... es la primera que tuve. Al tener Telefónica que es la misma empresa, creo que salió más barato al principio, después no.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- *No, recibo los mensajes de MOVISTAR diariamente tipo 3 de la tarde que te dicen: “Podes recargar el doble de tu saldo” o “si mandas este mensajes a...” pero no, salvo eso. Varias veces llamé para pedir el saldo y no, las llamadas a MOVISTAR las veces que perdí el celular para que me repongan el chip. Porque te lo reponen el chip.*

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

¿Todo por llamada, nada por mensaje?

- *Sí todo por llamada.*

En caso de responder No, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- *No tiene una utilidad. Me queda más cómodo hablar con una persona o encargado.*

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

Entrevista N° 19:

Sexo: Femenino – Nombre: Aylén – Edad: 14 años

Centro educativo al que asiste: Escuela N° 2, Ituzaingó.

Localidad donde vive: Castelar / Ituzaingó

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- *Desde los 12 años más o menos.*

¿Es este tu primer equipo?

- *Este es mi quinto equipo. Se me rompían, eran más o menos últimos y se me rompían porque no sabía usarlos. Así que ahora uso uno cualquiera.*

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- *Me lo regalaron para mi cumpleaños.*

En caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- *Querían tenerme comunicada, como ya empezaba a salir, entonces. Para tenerme más o menos manejada.*

Pero ¿vos tenías ganas de tener un celular?

- *Sí como toda chica, para esta comunicada con las chicas, sí tenía ganas.*

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

- *Con abono y tarjeta.*

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- *Tengo abono pero se me gasta muy rápido entonces siempre, las ventajas la verdad que no me gustan. Prefiero tener tarjeta que puedo cargar cuando necesito que pagar abono porque no me sirve.*

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

- Las comunes, ni siquiera puedo llamar porque está roto el parlante. Es uno cualquiera. Para mensajes y llamadas supuestamente, pero nada especial.

¿Y de los otros que tuviste que tenían?

- Cámara, música, pero tampoco nada muy especial.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- Capaz que el infrarrojo, esas cosas pero nada específico, porque tampoco me interesa.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí mucho.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Con amigos, familia, para ver como andan y eso.

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- Depende con quien.

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

- Si me está llamando mi papá porque quiere saber algo tengo que hablar por teléfono para dejar las cosas bien claras. Si es un amigo, prefiero mandar mensajes y eso.

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- Para saber cómo ando, para encontrarme con alguien y esas cosas.

¿Podrías mantener una conversación completa con el envío de SMS o sólo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- Si podría mantener una conversación.

¿Cuántos mensajitos te podría insumir eso?

- Un montón, depende capaz diez o quince. Depende también con quien, sí bastante.

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías/recibís por día?

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- Sí.

En caso de contestar Sí, ¿podrías citar algunos ejemplos?

También las abreviaturas y esas cosas, no se como explicarlo.

¿Vos las utilizas?

- Sí a veces. Cuando tengo ganas de escribir, sí.

Y cualquiera que te escriba de esa manera, ¿vos lo entendes?

- Si porque también los uso yo de vez en cuando.

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuando?

- La verdad últimamente no lo estoy usando nada. Si alguien me quiere comunicar, me llama, lo llamo. No lo uso mucho. Lo llevo al colegio por si me quieren mandar un mensaje pero nada, la verdad no le estoy dando mucho uso.

¿Lo apagas en algún momento?

- No, hasta que se apague solo. Por si alguien me llama o quiero llamar alguien, para saber la hora y esas cosas.

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- Nada, estaría igual.

¿No cambiaría nada?

- Capaz la actitud de mis papás, (risas) por mí no tengo problema, es mejor para mí.

¿Es una herramienta de control para vos?

- Claro, me quieren así controlar, viste, bueno. Para mí es mejor.

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- Claro, yo en realidad como no uso celular ahora porque no me interesa, porque ya es una cosa que no me gustan, no le doy bola a eso. Ahora ya me fui con otras cosas, capaz que hablamos más en computadoras que el teléfono celular. Capaz que no tengo celular de última moda, entonces para que voy a usarlo.

Y cuando vos estás con gente que tiene celular con camarita, ¿se sacan fotos, se filman algo, escuchan música?

- Sí escuchamos música, siempre. Siempre tiene que haber una chica que tenga el celular que escuche la música, que ponga música. Todo. Pero sino sacar fotos la verdad que con el celular no me gusta, pero capaz que si grabar cuando pasa algo divertido, eso sí. Nada más.

Eso ¿lo comparte, se lo pasan con la computadora?

- Sí. Lo bajamos a la compu, lo metemos en una página, para tenerlo de recuerdo. (risas).

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo? ¿Por qué la elegiste?

- PERSONAL. La eligieron mis padres, no tengo ni idea.

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- Lo que pasa es que teníamos todos para el grupo familiar. Podíamos llamar, las llamadas gratis, mensajes y teníamos 100 mensajes gratis, por ejemplo. Todo eso nos servía a nosotros para comunicarnos nosotros. Pero... sale muy caro PERSONAL, también, no sirve mucho. Es más lo quiero cambiar ahora, pero... bueno estamos viendo. La verdad, esa cosa de PERSONAL, no fue buena. Ese paquete de PERSONAL no nos funcionaba, es más, le dimos de baja al año porque al año se podía dar de baja.

¿Tenés idea si las otras empresas las están evaluando?

- CTI lo queríamos porque mi mamá lo tiene y es mucho más barato. No se si funciona bien o que, para llamada - mensajes a mi mamá le va bien. Así que capaz me pongo ahí en CTI pero por los costos del mensaje.

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- Ahora no, pero si tuve problemas por robo o no me llegaba el saldo me comunicaba con ellos hablando. Llamaba por teléfono y me comunicaba con uno de los operadores y hablaba.

En caso de responder Sí, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder No, ir a la pregunta 14.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- No, a mí no me interesaría. Me parece mejor hablando.

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

Entrevista Nº 20:

Sexo: Masculino – Nombre: Julián – Edad: 15 años

Centro educativo al que asiste: Instituto San Ramón Nonato, Castelar.

Localidad donde vive: Castela.

1.- ¿Desde cuándo utilizas teléfono celular?

- Desde los 14, desde el año pasado.

¿Es este tu primer equipo?

- No es el tercero. Uno se me rompió, el otro se me rompió y este lo encontré en un colectivo, sino no me hubiera comprado otro.

2.- ¿El celular lo compraste vos o te lo regalaron?

- Me lo regalaron.

En caso de que haya sido un regalo, ¿fue por un pedido tuyo o fue iniciativa de tus padres?

- Iniciativa de mis padres.

3.- ¿Funciona con tarjeta o con abono?

Con abono.

¿Qué ventaja tiene esto para vos?

- Es más barato el equipo, no es necesario recargar cada vez que necesito una llamada.

¿Con el abono que tenés llegas bien?

- Sí.

4.- ¿Qué funciones tiene el celular?

Creo que ninguna, creo que tiene cámara de fotos.

¿Tiene para escuchar música, MP3?

- Este no.

¿Y los anteriores tenían?

- El primero era bastante viejo no tenía casi ninguna, por suerte llamaba. El segundo tenía para escuchar MP3, Radio FM y AM.

¿Compartes algunas de éstas con los celulares de tus amigos? ¿Cuáles?

- No, casi ninguna. El segundo celular en realidad me lo compré por el MP3.

5.- ¿Utilizas el envío de SMS para comunicarte?

- Sí, más que las llamadas.

¿Podrías especificar con quienes te comunicas a través de mensajes de texto?

- Con todos, menos con Nahuel, (risas). – Aclaración: estaba su amigo Nahuel presente en la entrevista, fue un comentario a modo de chiste-. Más con mi novia y con mis papás, no con mis amigos no, hasta por ahí no más. Bueno... con Nahuel, Matías y Beto también.

¿Son tus mejores amigos?

- No, me quedo a dormir para usarle la computadora (risas).

6.- Si tuvieras la posibilidad de elegir como comunicarte ¿Prefieres hacerlo con el envío de SMS en vez de hablar con el teléfono celular?

- *Hablando, porque me resulta más fácil expresarme. Para todo.*

En caso de contestar **SMS**, ¿Podrías explicar por qué? ¿En qué casos?

7.- ¿Cuáles son los temas por los cuales vos te comunicas a través del SMS?

- *Para arreglar algún tipo de salida, o decirles a mis papás a qué hora voy a volver a casa.*

¿Podrías mantener una conversación completa con el envío de SMS o sólo lo utilizas por cuestiones puntuales?

- *Solo por cosas puntuales.*

¿Tenés una idea aproximada de cuantos mensajes envías / recibis por día?

- *En el día no mando más de veinte.*

8.- ¿Existen códigos de comunicación propios del SMS como ocurre con el Messenger?

- *No al menos conmigo no.*

¿Las abreviaturas vos las usas?

- *No las uso generalmente.*

Y ¿si te escriben a vos como lo usan en el Messenger, lo entiendes?

- *Sí.*

En caso de contestar Sí, ¿podrías citar algunos ejemplos?

- *No se me ocurre.*

9.- ¿Cómo es un día en tu vida con el celular, qué usos le das, dónde, cuando?

- *Por ahora lo estoy usando para las salidas.*

¿Lo apagas en algún momento?

- *Sí. Cada vez que necesito cargarlo.*

10.- ¿Qué pasaría hoy en tu vida si no tuvieras teléfono celular?

- *Llamaría de un teléfono público, no me haría demasiado problema.*

11.- ¿Podrías contarme alguna situación con tus amigos a través del uso de teléfonos celulares que recuerdes de tus encuentros, salidas?

- *Una vez con unos amigos, fue con mi primer celular, estábamos en un colectivo, el colectivo abrió la puerta y seguía andando. Y uno de mis amigos dijo: “que copado sería tirarse”, agarré y cuando empezó a parar me tiré, (risas), y caí y salió el celular volando para un costado y estaba en el medio de la avenida todo el celular despedazado.*

12.- ¿Con qué empresa de telefonía celular funciona tu equipo?

- *MOVISTAR.*

¿Por qué la elegiste?

- *Porque tiene más baratos los equipos.*

¿Tuvo alguna importancia la cantidad de SMS que te ofrecía con respecto a las otras empresas?

- *No, solamente por el equipo.*

13.- ¿Utilizas el SMS para comunicarte con ésta por alguna razón técnica o para hacer consultas?

- *No, no casi nunca.*

En caso de responder **Sí**, ¿podrías citar algún ejemplo?

En caso de responder **No**, ir a la pregunta **14**.

14.- ¿Crees que sería importante poder comunicarte con ella a través del SMS?

- *No, no le vería mucha diferencia. Si tengo algún problema llamo al 0800 tanto*

En caso de responder **Sí**, ¿Por qué, para qué específicamente?

5.2 Soporte Informático (Compact Disc) con las entrevistas grabadas.

Se adjunta al presente trabajo de investigación un (1) Compact Disc conteniendo las 20 entrevistas realizadas a los adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

1. ALJURE, Andrés, BOCCO, María Eva, COSTA, Joan, RITTER, Michel y otros. “DirCom On-line. El máster de dirección de comunicación a distancia”, Design Grupo Editorial, La Paz, 2005.
2. BAUMAN, Zigmund. “Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos”, Fondo de la Cultura Económica de Argentina S.A., Buenos Aires, 2003.
3. CAPRIOTTI, Paul. “La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada”, El Ateneo, Madrid, 1992.
4. COSTA, Joan. Reinventar la publicidad, reflexiones desde las ciencias sociales, FUNDESCO, Madrid, 1992.
5. ENTEL, Alicia. “Teorías de la Comunicación. Cuadros de épocas y pasiones de sujetos”, Fundación Universidad a Distancia Hernandarias, Buenos Aires, 1995.
6. GAITAN MOYA, J. “Técnicas de investigación en Comunicación Social”, Síntesis, Madrid, 1998.
7. GARCIA CANCLINI, Néstor. “Consumidores y ciudadanos”, Grijalbo, México, 1995.
8. MARGULIS, Mario. “La Juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud”. Ed. Biblos, Buenos Aires, 2000.
9. MARTÍN BARBERO, Jesús. “Técnicas, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo”, Diálogos de la Comunicación, Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO, Guadalajara, 1994.
10. MONTAGU, Arturo, PIMENTEL, Diego, GROISMAN, Martín. “Cultura Digital. Comunicación y sociedad”. Ed. Piados, Buenos Aires, 2004.
11. OROZCO GOMEZ, Guillermo. La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, México, 2000.
12. PEREZ RODRIGUEZ, María Amor. “Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios”. Ed. Piados, Barcelona, 2004.
13. REGUILLO, Rossana. “Emergencias de Culturas Juveniles. Estrategias del desencanto”, Norma, Buenos Aires, 2000.
14. RHEINGOLD, Howard. “Multitudes Inteligentes. La próxima revolución social”. Gedisa, Barcelona, 2004.
15. SAINTOUT, Florencia. “Abrir la Comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico”, EPC Educación, Buenos Aires, 2003.
16. SÁNCHEZ GUZMÁN, J.R. Marketing comunicación, Ed. Ciencia 3, Madrid, 1989.
17. VILLAFANE, Justo. Imagen Positiva. Gestión Estratégica de la imagen de las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, 1993.
18. VIZER, Eduardo. “La trama invisible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad”, La Crujía, Buenos Aires, 2003.
19. WATZLAWICK, Paul-BEAVIN BABÉELAS. J Y JACKSON D.D. “Teorías de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas”. Herder, Barcelona 1987.

Otras fuentes consultadas.

1. BONGIOVANNI, Pablo. Nota: “El Reinado de los SMS: Mi acción, Nuestra Reflexión. Los Mensajes de Texto: ¿una práctica Global?”. Publicada en el portal: <http://webblog.edu.ar>. 2 de febrero de 2006.
2. GRUFFAT, Carolina. Nota: “Los adolescentes y sus usos del celular”. Publicada en el portal: <http://webblog.educ.ar>, 10 de abril de 2006.

3. GRUPO DE TRABAJO CRÍTICA E INNOVACIÓN, Telefonía Celular. Nota: “Jóvenes, identidad y telefonía móvil: algunos ejes de reflexión”. Publicada en el portal: <http://www.cibersociedad.net>. agosto de 2006.
4. HALL, Stuart.. Nota: “Codificar y Decodificar”, Culture, media and language, London, Hutchison. Publicada en el portal www.nombrefalso.com.ar, 1980.
5. LORENZON, Paula. Nota: “El fenómeno social de los mensajes de texto por celulares”. Publicada en el portal: <http://webblog.educ.ar/sociedad-información>. 13 de enero 2006.
6. REGUILLO, Rossana. “La performatividad de las culturas juveniles”, Revista de Estudios de Juventud N° 64: “De las tribus urbanas a las culturas juveniles”, Editado por el Instituto de Juventud, Madrid, 2004. Publicada en el portal: <http://www.mtas.es/injuve/biblio/revistas/bienvenida.html>.
7. AMBROSINI, Antonio. Nota: “El Desafío de Comunicar en la Era Digital”. Revista Imagen, Año 11, N° 76, mayo de 2007, p 40-41.
8. DERGARABEDIAN, César. Nota de tapa. Extra Tecnología: “Mundo Móvil. Sin ti no se vivir”, 26 de agosto de 2007, p. 22 – 30.