

CARRIER Y ASOC.

Información y análisis de mercado

Los adolescentes y el celular

Marzo 2006

Documento de libre disponibilidad

www.carrieryasoc.com

Cláusula de reproducción

La propiedad intelectual del presente estudio pertenece a Carrier y Asoc. (www.carrieryasoc.com). Su publicación total o parcial está permitida con la condición de que se cite la fuente.

Cláusula de confiabilidad

Los comentarios y análisis reflejan el mejor criterio y juicio de Carrier y Asoc. al momento de cada informe, y por lo tanto están sujetos a variaciones con el paso del tiempo y la evolución o cambios del mercado.

Para más información contactar:

CARRIER Y ASOC.

Av. Lacroze 2321 – 4° B

C1416CPI Buenos Aires

Argentina

Tel: (54-11) 4899-2149

Fax: (54-11) 4779-0959

Mail: info@carrieryasoc.com

Web: www.carrieryasoc.com

Tabla de contenidos

1	Introducción.....	3
2	Las bases del fenómeno	3
3	Cronología de la adopción del celular entre adolescentes.....	4
3.1	Fines de los 90: Mi mamá me llama	4
3.2	Año 2000: Si sólo fuera un mensajero portátil.....	5
3.3	2003, antes del boom: Uso limitado y compartido.....	5
3.4	2004, año del despegue: Comienza el efecto de red.....	6
3.5	2005: Objeto personal	7
4	Motivaciones del uso del celular en los adolescentes.....	9
4.1.1	Medio de pertenencia.....	9
4.1.2	Ámbito privado.....	9
5	SMS: Uso y abuso.....	10
6	De aquí en más.....	11

1 Introducción

El presente documento es una síntesis de la relación entre los adolescentes y el celular, la cual sufrió un cambio radical con la explosión del servicio que se registró entre los años 2003 y 2005 en Argentina.

El mismo **se basa en diversos estudios, tanto cualitativos como cuantitativos vinculados al segmento de adolescentes** y al uso por parte de éstos de diversas tecnologías (principalmente celulares e Internet), que Carrier y Asociados realizó desde el año 2002.

Este documento es de libre disponibilidad y su distribución es gratuita. Su reproducción, total o parcial, está autorizada con la única condición de citar la fuente (título, autor y año de publicación).

2 Las bases del fenómeno

Los jóvenes de 12 a 18 años componen la primera generación que estuvo en contacto con el celular prácticamente desde que nació. A diferencia de los adultos que vieron cómo el celular aparecía como una rareza generando nuevas conductas, los adolescentes lo ven como algo totalmente habitual. Es por esto que para este grupo, el celular está integrado a su vida cotidiana de forma totalmente naturalizada.

El éxito del celular entre los adolescentes responde a diversos factores, tales como:

- Marcar el comienzo de la independencia del individuo
- Actuar como un ansiolítico para los padres
- Crear un espacio propio
- Actuar como medio de coordinación familiar

Independencia del individuo: Actualmente el celular es un nuevo símbolo que ocupa un lugar similar a la entrega de las llaves de la casa, combinación que marca el proceso tradicional por el cual los padres alientan a sus hijos a comenzar a desenvolverse en el mundo con relativa autonomía. Así, goza de cierto prestigio

ante la mirada del adolescente, ya que es un instrumento que lo hace manifiestamente “adulto”.

Ansiolítico para padres: Los padres son quienes suelen iniciar a sus hijos en el uso del celular. Éste logra calmar sus ansiedades dado que perciben que sus hijos están permanentemente en contacto, sintiendo que de esta manera pueden localizarlos inmediatamente y por lo tanto protegerlos. Podría decirse que el celular funciona como una garantía de seguridad de movimiento, un paliativo para aliviar tanto temores propios como los que el contexto suma.

Creación de un espacio propio: Más allá de la percepción del celular como un dispositivo de monitoreo, el permitir que los hijos tengan uno es una forma de ayudarlos a independizarse cuando el tiempo marca que es imposible retenerlos. El celular posibilita a los adolescentes crear un espacio discreto, separado del de sus padres y a la vez posibilita que tomen contacto con éstos cuando exploran nuevos espacios.

Coordinación familiar: En los últimos años el celular ha fortalecido su presencia dentro de la estructura familiar. Esto se debe en parte a que la vida diaria se ha tornado cada vez más compleja debido entre otras cuestiones al creciente número de madres que trabajan, la transformación de las estructuras familiares con una presencia más fuerte de padres separados y familias consolidadas, y jóvenes inmersos en distintas actividades fuera del hogar, generando la necesidad de recurrir a varios medios de comunicación para poder estar en contacto. Con lo que más allá de calmar ansiedades, el celular resuelve problemas de organización y logística dentro del grupo familiar.

3 Cronología de la adopción del celular entre adolescentes

3.1 Fines de los 90: Mi mamá me llama

Cuando unos pocos adolescentes usaban celular, poseer uno implicaba pertenecer a la avanzada, ser pionero y por lo tanto líder. Si bien los pocos usuarios de aquella época en el discurso manifiesto negaban ostentar el celular, era usual que encontrasen fácilmente un pretexto para exhibirlo con orgullo. **Su uso solía limitarse a recibir llamadas, básicamente de sus padres. Comunicarse entre pares era algo poco usual.**

3.2 Año 2000: Si sólo fuera un mensajero portátil

Con el cambio de siglo (y de milenio) la posibilidad de intercambiar mensajes de texto era conceptualizada por sus potenciales usuarios como un “*ICQ portátil*”, dada la convivencia de los adolescentes con la mensajería instantánea. Ya entonces se proyectaban utilizando esta capacidad en todos los lugares, desde el colectivo al colegio. El hecho de poder llegar a tener este “*mensajero instantáneo ubicuo*” era valorado en tanto les permitiría comunicarse en cualquier momento y lugar... “*ya*”.

Pero en ese entonces los mismos adolescentes aludían como condición necesaria para el éxito del SMS un requisito fundamental: tener con quien comunicarse. Por lo tanto, **su uso dependía no sólo de contar ellos con un equipo apto, sino también de que lo tuviesen los integrantes de su grupo de pares**. Esta situación tardaría casi un lustro en resolverse.

3.3 2003, antes del boom: Uso limitado y compartido

Hacia el 2003 los usuarios adolescentes seguían perteneciendo a hogares de clase media o media alta donde había más de un móvil y generalmente se iniciaban en su uso compartiéndolo con otro integrante de la familia. Era una práctica habitual en este segmento complementar el celular con teléfonos públicos y locutorios. Solían encender el celular fuera de sus hogares y **aunque éste fuera propio, no los acompañaba en todo momento limitándose a ciertas salidas generalmente nocturnas o durante el fin de semana**.

Para esta generación el teléfono público constituyó el “*momento lógico anterior*” al celular. Ya que antes de tener a su alcance un móvil los padres solían proveerlos de tarjetas telefónicas o dinero para que pudieran comunicarse con ellos desde teléfonos públicos.

Las salidas nocturnas solían incentivar a los padres a prestar o proporcionar un móvil para poder contactar a su hijo, y en ese mismo contexto, para que éste pudiera acceder a servicios de radio taxi o remises. Si un adolescente contaba con uno propio, generalmente era heredado de algún mayor que había renovado su equipo.

El uso en público del celular entre los adolescente no pasaba desapercibido. Así mientras que algunos “gritaban” su posesión, exhibiendo sus terminales como una muestra de estatus, otros realizaban comentarios despectivos respecto de los

primeros de los cuales opinaban “*lo muestran para hacer facha*”. Para estos últimos recibir un llamado en lugares público causaba un fuerte pudor.

En esta época todavía no se había producido el gran recambio tecnológico, y los terminales analógicos preponderaban en este segmento, lo cual atentaba contra el uso de SMS, un servicio que les resultaba sumamente atractivo aunque aún poco cercano. **Al obstáculo tecnológico de contar con un equipo no apto, se sumaba la falta de interconexión entre distintos operadores y la poca cantidad de interlocutores posibles entre su grupo de pares.** No obstante mostraban gran receptividad al SMS, aunque más no fuera para experimentar. Así varios habían probado enviar mensajes ya sea desde algún equipo digital a su alcance o desde sitios de Internet.

Entre los medios de comunicación utilizados, las preferencias solían volcarse hacia el teléfono residencial o los mensajeros instantáneos (ICQ y MSN en esa época) tendiendo a privilegiar el que estuviese mayormente disponible al resto de sus pares.

3.4 2004, año del despegue: Comienza el efecto de red

Para este entonces las ventas de celulares crecieron notablemente, llegando a sectores que nunca antes habían podido acceder al servicio. Así, el celular comienza a dejar de ser percibido como un elemento suntuario. A estas alturas el usuario adolescente tendía a integrar familias donde padres y hermanos que se manejaban con cierta libertad contaban con un móvil. En líneas generales los padres eran quienes urgían a sus hijos a llevarlos cuando comenzaban a salir, el poder localizar a sus hijos los tranquilizaba.

A medida que el celular se iba propagando entre sus pares los adolescentes comenzaron a utilizarlo más para socializar, ampliando su uso. Por lo general lo mantenían apagado dentro del hogar, pero comenzaron a llevarlo con mayor asiduidad cada vez que salían del mismo.

Ya en ese entonces, la principal atracción es la capacidad de mensajes, siendo la voz un requisito paterno y casi accesorio. El uso de los mensajes de texto comienza a propagarse entre los pares “por contagio”. Así el SMS empieza su etapa ascendente basando su popularidad en una combinación de menor costo, capacidad tecnológica en los terminales en uso y aptitud generacional. Siendo adoptado a tal punto entre los adolescentes que refieren “*hablar*” cuando intercambian mensajes de texto. Esta “oralidad escrita” desplaza al uso de la voz.

Y para esta época los mensajes de texto comienzan a ser una buena forma de pasar el rato. Su uso dentro del colegio en horario de clases marca una nueva modalidad de trasgresión escolar, una herramienta de rebelión, *“hay muchos en la escuela que usan para copiarse y eso”*.

Pero aún persiste en varios el espíritu crítico, sintiendo cierta vergüenza por usar sus celulares en público (la mirada de los otros los descoloca), respecto de los que se desviven por mostrar su celular haciendo *show off* (el prestigio que su uso otorga les da seguridad).

Si bien la mayoría continúa priorizando el teléfono residencial *“para hablar largo y tendido”* o el mensajero instantáneo (a estas alturas el MSN Messenger es líder indiscutido) *“para hablar con más gente a la vez”*. Ya algunos manifiestan que no podrían renunciar a ningún medio de comunicación, colocando al celular a la par del teléfono fijo y de Internet.

3.5 2005: Objeto personal

Para este entonces, **el celular en este segmento deja de ser percibido como un medio de comunicación complementario para ocupar el lugar de un dispositivo personal.**

Al posicionarse como medio personal de comunicación el móvil comienza a ser usado aún dentro del hogar, siendo actualmente una práctica habitual dejar permanente prendido el celular o apagarlo a último momento para prenderlo *“apenas me despierto”*. El SMS es a estas alturas un elemento crucial para la interacción social y en menor medida para tomar contacto con los padres. Así **la voz suele quedar relegada al mundo adulto y a las urgencias.**

El SMS queda claramente establecido como la forma de comunicación que define a este segmento, lo que más extrañarían si tuviesen que prescindir del celular. Es visualizado como un medio accesible que les permite estar en contacto permanente con sus pares de manera similar a la que la mensajería instantánea los tenía acostumbrados, pero ampliando sus horizontes.

Toma particular ventaja de algunas funcionalidades de sus nuevos equipos, así no es extraño que la alarma cumpla la función de despertador, el reloj del celular desplace al de pulsera y los juegos y SMS ayuden a *“matar el tiempo”* en los no pocos momentos de tedio adolescente *“si estoy embol... casi siempre juego o mando mensajes”*. Mientras que aquellos que cuentan con terminales con cámara, suelen

tomar fotos de varios momentos de su vida diaria “saco más de diez fotos por día. Muchas en el colegio”.

Hijos de su tiempo, sacan en mayor o menor medida provecho de los recursos tecnológicos a su alcance para satisfacer las necesidades de protección, vínculo con los pares y entretenimiento.

Y así como hasta este momento tienden a haber comenzado a utilizar el celular para tranquilidad de los padres, varios adolescentes comienzan a tomar la iniciativa y solicitan uno. Es que sus amigos tienen celular y nada más placentero que marcar la pertenencia al grupo poseyendo uno también. Así, **cuanto más propagado entre los pares esté el celular, mayor es la propensión a usarlo, reafirmando la identificación. Es necesario poseer uno para estar en pié de igualdad frente al grupo.**

A estas alturas si bien es usual que tengan los últimos modelos o modelos razonablemente *al día*, varios adolescentes manifiestan su deseo de pasar a un equipo mejor. **Ya no se satisfacen con tener un móvil sino que buscan actualizarlo en forma regular.** La estética y las distintas capacidades que se van agregando toman importancia, estimulan la posesión y el recambio. Suelen estar al tanto de los distintos modelos y aspiran o sueñan con alguno en particular, o con determinadas características tales como la cámara de fotos o video, o la capacidad de reproducir MP3. “Porque ya no te das cuenta que tenés un celular para hablar. Tenés un celular para caretaje, para bol...[...] el MP3, la filmadora. Te va llevando, te va llevando. Te crean las necesidades”.

Pero el celular no es un mero objeto de moda cuya posesión perderá continuidad. **El celular satisface la necesidad de comunicación inherente al adolescente y eso le otorga estabilidad en el tiempo.** El celular se convierte entonces en un ícono adolescente, con toda la personalización que lo acompaña. Así, por ejemplo, el uso de determinados ringtones que reproducen música de ciertas bandas, series televisivas o películas corporizan el espíritu conjunto del grupo con el cual se identifica, diferenciándolo de otros.

Producto de la masificación reciente, ahora prácticamente no hay denigración hacia aquellos que exhiben su celular y ya no se sienten cohibidos de utilizarlo en lugares públicos. Han naturalizado al celular, lo viven como algo cotidiano y logran superar la vergüenza o temor al ridículo que antiguamente generaba en algunos su uso en público “es como que es más común... pero antes te sonaba y ohhhhh, quedabas como un bol..., andaba hablando a escondidas en el baño”.

4 Motivaciones del uso del celular en los adolescentes

Los adolescentes constituyen el segmento de usuarios en el que más súbitamente el objetivo de compra se ve alterado. Si bien el principal motivo de entrada suele ser el estar en contacto con los padres, tarde o temprano su uso se desplaza a la comunicación con los amigos.

4.1.1 Medio de pertenencia

Es que para defenderse del miedo que genera la emancipación de los padres el adolescente conforma grupos donde se siente protegido. El grupo de pares le provee autoestima y soporte emocional, dando lugar a una comunidad que le otorga cierta identidad y pertenencia. **La comunicación en esta etapa pasa a ser un imperativo dado que posibilita la pertenencia al grupo de pares y la afirmación de la identidad.** El celular refuerza el sentimiento de “estar juntos” cuando el cara a cara no es posible.

Los motivos que llevan al adolescente a adoptar nuevas tecnologías se deben en gran parte a que facilitan las necesidades de afiliación. Es así que a lo largo de los últimos diez años ha ido haciendo propio tanto al email como a la mensajería instantánea y la telefonía móvil.

Esta última tecnología se adecua perfectamente a la movilidad que caracteriza al adolescente. Hallarse al alcance del grupo de pares, siempre disponible, permanecer al tanto de lo que hacen los demás, son motivos que guían a su consumo. **El celular es valorado porque brinda la ilusión de no perderse nada,** dado que la disponibilidad inmediata es un elemento central para sostener el rol como miembro activo del grupo de pertenencia, su posesión y la forma en que es utilizado son un símbolo de inclusión dentro del mismo.

Es así que en parte **el boom actual de la telefonía móvil entre los adolescentes se nutre de dos necesidades fundamentales de esta etapa: identidad y comunicación.**

4.1.2 Ámbito privado

No sólo la portabilidad es un atributo que distingue al celular, **la privacidad** también lo es. **A diferencia de la línea residencial que es compartida el celular conforma un área privada, separada del mundo adulto.** Esto hace que sea posible

un grado de autonomía, un refugio al control parental sobre las comunicaciones, prolongando el horario telefónico más allá de lo que indican las “buenas costumbres” respecto de llamar a una casa familiar.

El uso del celular en la adolescencia implica entonces una dualidad. Por un lado el adolescente es monitoreado por los padres vía el móvil, pero por el otro gana cierta privacidad para comunicarse con sus amigos aún dentro del hogar.

5 SMS: Uso y abuso

El uso de los mensajes de texto caracteriza a este segmento. A través de los mismos hacen lo que en definitiva los adolescentes siempre hicieron: mantener contacto con sus pares. Eso sí, la manera en que lo llevan a cabo difiere respecto de las generaciones anteriores. Lo que ha hecho la tecnología, Internet (IM) y celular (SMS) mediante es cambiar gradualmente los hábitos y estilos de comunicación.

El SMS tiene sus códigos en este segmento. **Es inusual que manden un solo mensaje cuando se comunican con sus pares.** En la práctica el primer mensaje tiende a generar un diálogo con sus idas y vueltas. Es así que, más allá de las ventajas manifiestas de este tipo de comunicación (entre las que suelen destacar su preferencia por los mensajes de texto en tanto no son intrusivos y permiten ser contestados en el momento pertinente) suelen regirse por un sentimiento de reciprocidad e inmediatez. Esto es, esperan una respuesta inmediata la cual suele generar un diálogo escrito.

Los mensajes generan en algunos casos un efecto adictivo *“si me los empiezan a responder me pueden mandar veinte o treinta sin problemas”*. El costo cerrado de los mismos los hace sentir que pueden controlar el gasto, produciéndose en algún momento un desborde.

El celular, al igual que desde hace años lo es la línea fija, se ha convertido en una manera de pasar el tiempo entre amigos.

El acto de emitir y recibir mensajes de texto es tan importante como el mensaje en sí mismo. La cantidad de mensajes recibidos marcan la importancia del adolescente dentro del grupo, su pertenencia al mismo. Es por esto que **le otorga valor a la cantidad, ya que son un signo de su importancia social.** Proporcionan no sólo una manera de establecer vínculo social sino de lucirse ante los pares.

Los padres también usan cada vez más el SMS, muchas veces impulsados por sus hijos ya que es prácticamente la única forma de mantener contacto con ellos.

Más allá del menor costo en este tipo de comunicación, el adolescente suele privilegiar este medio para evitar conversaciones innecesarias con los padres. Es a través de los SMS que informa qué están haciendo o la hora en que estará en sus hogares. A su vez, éstos presentan la ventaja de pasar inadvertidos frente al grupo y evita los vergonzosos llamados de monitoreo paterno.

Más allá de ayudarlos a consolidar la relación entre los pares y de convertirse en el medio idóneo para estar al tanto de dónde, con quién y qué están haciendo sus amigos, el SMS también suele ser una excelente forma de acercarse al sexo opuesto y sortear la timidez, *“nos mandamos [mensajes] con chicos de otros colegios, en los recreos les decimos ‘hola ¿cómo andás?’”*.

En ciertos casos los mensajes de texto son el medio para llevar a cabo ciertos ritos como mandar mensajes de “buen día” cada mañana al novio/a demostrando compromiso en la relación. Así como el hecho de compartir los mensajes recibidos con un amigo suele reforzar la amistad, en una muestra de confianza.

Desde un principio los adolescentes identificaron el uso de la voz con los adultos, percibiendo al SMS como un sustituto más adaptado a sus necesidades y gustos. El costo cerrado de los mensajes tornó aún más placentero su uso convirtiéndolo en un diferenciador que inclinó fuertemente la balanza hacia éstos.

6 De aquí en más

Es indudable que el uso de la telefonía celular entre los adolescentes no es una moda sino un fenómeno que llegó para quedarse.

Su uso está ya totalmente naturalizado debido a que ya no se trata de un servicio para pocos o de adultos. Con más de 15 años de la existencia del servicio, los adolescentes ven a la telefonía celular con tanta naturalidad como sus padres ven a la telefonía fija. Por otra parte, el marcado descenso del costo de los terminales que se produjo en los últimos 3 años equipara la adquisición de un teléfono con el costo de un jean de marca y resulta bastante más barato que un par de zapatillas de moda. Se trata simplemente de un producto más que un joven puede desear y obtener.

Así, esta generación de usuarios de mensajeros encuentra en el celular el dispositivo ideal para satisfacer sus necesidades de comunicación, pertenencia, personalización y privacidad.

Si a todo esto le sumamos que, por razones generacionales, los adolescentes son además los más propensos a desarrollar nuevas formas de uso y vinculación con la tecnología, **este segmento es la referencia obligada a la hora de delinear los nuevos usos de la misma.** Quien así no lo entienda, se estará perdiendo un anticipo de lo que viene.

Enrique Carrier

CARRIER Y ASOCIADOS

Adriana Berro

NOTAS: