

Omnia Año 22, No. 1 (enero-abril, 2016) pp. 20 - 31
Universidad del Zulia. ISSN: 1315-8856
Depósito legal pp 199502ZU2628

Celular e intersubjetividad

María Inés Mendoza y Líber Cuñarro***

Resumen

El teléfono celular (Smartphone) que se ha convertido en un objeto omnipresente, en una prótesis identitaria que está jugando un papel decisivo en las relaciones intersubjetivas de sus usuarios. A partir de algunos postulados sobre intersubjetividad y «semiosis virtual» (Schütz, 2003; Dussel, 1999; Paciuk, 2008; Augé, 2000; Iribarne, 2002; Yarto, 2012) se plantea como objetivo fundamental de este artículo, indagar sobre el papel que juega el teléfono inteligente como mediador en las relaciones «yo-tu», donde el sujeto ve el lugar ideal para reinventarse y construir una «imagen ideal» contraponiendo «su parecer» a su «ser». Investigación exploratoria de carácter documental que ha permitido colegir que este dispositivo juega un rol paradójico y contradictorio, ya que por una parte proporciona una mayor autonomía y por otra genera más dependencia; enriquece las relaciones intersubjetivas («yo-tu») pero también puede hacer que se in-visibilice al «otro»; facilita una mayor libertad a su poseedor, frente a la posibilidad de mantenerlo atado; y todo ello en un contexto donde el sujeto se repliega sobre sí mismo pero que al mismo tiempo necesita de la aprobación del «otro» y donde se desdibujan los límites entre lo público y lo privado, lo personal y lo colectivo.

Palabras clave: Teléfono celular, intersubjetividad, semiosis virtual.

* Postdoctorado en Ciencias de la Comunicación (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina 2008). Doctora en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid, 1996). Docente e Investigadora de la Universidad del Zulia en sociosemiótica y análisis de los medios de difusión masiva. Con publicaciones y ponencias tanto en el ámbito nacional como en el internacional. mimber@hotmail.com; mimber2005@yahoo.es

** Mgs. en Ciencias de la Comunicación, mención Socio semiótica, investigador adscrito al Laboratorio de investigación semiótica antropológica (LISA). Docente activo de LUZ, Única, Urbe. libd580@hotmail.com

Cellular and intersubjectivity

Abstract

The cell phone (Smartphone) that has turned into an omnipresent object, in an identitarian prothesis which is playing a decisive role in the intersubjective relations of its users. From some postulates on intersubjectivity and “virtual semiosis” (Schütz, 2003; Dussel, 1999; Paciuk, 2008; Augé, 2000; Iribarne, 2002; Yarto, 2012) it appears as fundamental aim of this article, to investigate on the role that plays the Smartphone as mediator in the relations “I-you”, where the subject sees the ideal place to reinvent himself and to construct an “ideal image” opposing “its opinion” to its “being”. Exploratory research of documentary type that has allowed to infer that this device plays a paradoxical and a contradictory role, since on one hand it provides a major autonomy and on the other hand it generates more dependence; It enriches the intersubjective relations («I -you») but also it can in-visibilice the “other”; it facilitates a major freedom to its possessor, against the possibility of keeping him tied; and all this in a context where the subject is folded upon himself but at the same time needs the approval of the “other” and where the boundaries between the public and the private, the personal and the collective are blurred.

Key words: Cell phone, intersubjectivity, virtual semiosis.

Introducción

La revolución tecnológica ha tenido un impacto cada vez mayor en el mundo, ha generado un nuevo episteme al permitir no sólo una popularización del acceso a la información, sino una comunicación más directa suscitada en tiempo real y que abre múltiples posibilidades en la interacción entre el ciudadano, las tecnologías y la información generada (Romero y Quiñonez, 2012).

Hoy en día, al sonar el despertador -del teléfono inteligente-, la persona estándar abre los ojos, y, antes de salir de la cama, revisa su correo, contesta sus mensajes de WhatsApp, actualiza su estatus en Facebook o Twitter; ritual que se repite en millones de hogares cada día, incluso los fines de semana. Los avances tecnológicos como teléfonos, computadoras, tabletas y otras plataformas tecnológicas han facilitado las cosas y acortado las distancias: se puede leer, chatear, tomar fotos, hablar, jugar, etc. sin embargo tanta tecnología ocasiona dependencia.

Cabría preguntarse entonces si la homogeneización moderna, marcada por la presencia omnipresente de las nuevas tecnologías, ha permitido la búsqueda de la identidad y la cultura? Interrogante que permite postular que hasta cierto punto la dominación/manipulación del ser humano es mayor que nunca, dando origen a una sociedad irracional que destruye el libre desarrollo de las necesidades y facultades del ser huma-

no (Marcuse, 1993). En lugar de liberar al individuo lo somete, reduciendo el pensamiento y el discurso a una sola dimensión.

Lo que se persigue es «hacer» que los públicos masivos se amolden a intereses sociales, políticos y económicos, hasta llegar a un punto en el que el hombre se muestre totalmente de acuerdo con las reglas y principios que impone el modelo de organización de la sociedad.

Las nuevas normas de comportamiento, sobre todo en las generaciones más jóvenes, presentan al individuo siempre conectado a la Internet, desde su teléfono celular, desde su tableta, o desde su computadora personal; tendencias que llevan a las personas a depender más de la tecnología. Se lucha por poseer el último teléfono celular, la última tableta, la computadora personal más avanzada, para mantenerse en contacto con el mundo, con los «otros».

Dentro de esta amplia gama de tecnofactos¹ electrónicos que rodean al hombre contemporáneo hay uno que por su accesibilidad, su maleabilidad y su ubicuidad ha afectado la cotidianidad del individuo común: es el teléfono inteligente (Smartphones), dispositivo que ha revolucionado la forma en que el sujeto percibe, interpreta y se relaciona con su mundo y con el de los demás.

El celular ha producido cambios fundamentales en la forma en que el sujeto se comunica y cómo se interrelaciona en los espacios intersubjetivos, que componen el tejido dialéctico social; es en este nuevo espacio virtual, que muchos individuos ven el lugar ideal para reinventarse y construir una «imagen de ser» para proyectar al mundo.

Es gracias al celular, y a través del ciberespacio y las redes sociales que el individuo espera obtener validación y reconocimiento continuo de sus congéneres a la vez que juzga, valida o desmoraliza al otro protegido por el distanciamiento y en algunos casos anonimato que le provee la virtualidad, por lo que se observa que la relación del individuo, su cotidianidad y su contexto es un fenómeno no solo complejo, si no paradójico al borrar todas las fronteras entre la esfera de lo público y lo privado que a la vez genera nuevas barreras que lo separan del mundo.

Si bien es cierto que algunas relaciones entre el sujeto, el celular y el ciberespacio son hoy más complejas que nunca, no se puede escamotear el hecho de que en esa interrelación entren en juego aspectos psicológicos, sociales y afectivos, de ahí que las investigaciones en esta área se encuentran en pleno auge.

Es de este vínculo de dependencia y de la necesidad de construir y representar una imagen deseable para el otro que surgen actitudes cuasi

1 *Tecnofacto* es un concepto que se refiere a aquellos productos elaborados con ayuda de la tecnología, en oposición a *artefacto*, que son producidos artesanalmente (Mosquera, 2009).

patológicas, como el denominado *selfie*²; es debido a este fenómeno y a otros como la alienación, la obsesión, etc., que muchas veces se obvian las ventajas que puede aportar un celular inteligente y se enfoca sobre los vicios que causan en el individuo.

Partiendo de los postulados anteriores, con esta investigación exploratoria y de carácter documental, se plantea como objetivo poner en evidencia cómo el individuo construye una relación artificial no solo con el «otro», sino con el «yo», a través de la tecnología, en este caso mediada por el teléfono inteligente, creando un nuevo espacio intersubjetivo de significación, en el cual no solo modifica la imagen proyectada, sino que cambia sus circunstancias enunciativas, haciendo irrelevante el contexto, espacial o temporal, dando origen a una semiosis virtual que desplaza a la semiosis social³. Indagación que se fundamenta en postulados teóricos relacionados con la intersubjetividad y la «semiosis virtual» (Schütz, 2003; Dussel, 1999; Paciuk, 2008; Augé, 2000; Iribarne, 2002; Yarto, 2012).

Celular y cotidianidad

Volviendo la mirada hacia el papel que juega el teléfono inteligente en la cotidianidad de sus usuarios se observa, que por una parte, es un elemento imprescindible e indispensable al desempeñar varias funciones como el de: asistente, agenda, despertador, televisor, computador, etc.; y que por otra, incide en su comportamiento diario al ser objeto de consulta permanente e ininterrumpida, convirtiéndose en elemento de cohesión con un alto grado de importancia simbólica.

Los teléfonos inteligentes, a través de servicios como Instagram, Facebook, Twitter, etc. permiten reinventar la historia personal, dando origen a una narrativa que «aparenta» ser placentera o atractiva, a una «hiper-realidad», que para muchos es más tangible que la cotidiana.

El celular también es un símbolo de status económico y social, así como una afirmación de pertenencia a un grupo de usuarios, un «nosotros» que se distingue en sus características, costumbres y ritos de todos los demás, de los «otros»; y es desde ésta perspectiva que el celular se convierte en un objeto simbólico que incide sobre las sensibilidades estéticas del usuario.

Por otra parte hay que señalar que la comunicación a través de los mensajes de texto tienen sus propios recursos retóricos, su propia sintaxis, semántica y pragmática, dando lugar a un sistema semiótico com-

- 2 *Selfie*: auto-foto o autorretrato hecho por uno mismo con un teléfono inteligente para ser compartida en las redes digitales.
- 3 *Semiosis social* conceptualizada por Verón como la dimensión significativa de los fenómenos sociales... es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social.

plejo, que articula las relaciones entre el sujeto/usuario y el celular como «objeto semiótico» y la semiosis virtual producida por la interacción dialéctica entre estos dos actantes (sujeto/celular).

Se puede inferir, por tanto, que los teléfonos inteligentes han trascendido las relaciones espacio/temporales, acortando las distancias y acercando a los que están lejos. Sin embargo, hay que precisar que si el celular acerca a quienes están distantes, también aísla a las personas que están cerca, convirtiendo al usuario, en muchos casos, en un «adicto» marcado por la ansiedad y el estrés, lo que da origen a lo que los psicólogos han denominado como «*síndrome de la vibración fantasma*» que se caracteriza porque el usuario siente o escucha vibraciones o tonos inexistentes provenientes de su teléfono inteligente.

Pero no solo es la ansiedad que causan los teléfonos inteligentes, sino que además afectan la capacidad de socialización de las personas convirtiéndolas en muchos casos en «autistas tecnológicos» que se olvidan y dejan a «un lado» la/s persona/s con quienes están dialogando para enfocar su atención en el teléfono; algunos estudios/estadísticas señalan que hablar por teléfono al manejar equivale a estar «legalmente borracho». Por otro lado, debido a la relación afectiva y simbólica que se establece entre la persona y el teléfono, al perderlo, o no encontrarlo, los niveles de ansiedad aumentan considerablemente, en virtud de que este *tecnofacto* se ha convertido en un elemento imprescindible de la identidad del individuo que le sirve como medio de comunicación con el resto del mundo.

El uso de las redes sociales a través de los celulares inteligentes, facilita la interrelación personal o profesional a nivel global; pero paradójicamente se constituyen en factor de estrés adicional sobre aquellos individuos que tienen dificultades para diferenciar «lo real» de «lo virtual». En muchos casos no se diferencian los hechos reales de las «realidades alternativas» o representaciones de la «identidad virtual» que cual máscara se intenta mantener y que se auto-promueve mediante un «parecer virtual» relacionado con la belleza física, la fluidez económica, etc. buscando en el «otro virtual» su aprobación y/o su afán de competir en igualdad de condiciones.

Celular y semiosis virtual

En este mundo saturado por las nuevas tecnologías, el hecho comunicacional se diversifica, más cuando el Smartphone con acceso a internet facilita que el sujeto pueda difundir sus ideas y como tal incorporarse al mundo de la «semiosis virtual», permitiendo que su condición de ciudadano se vuelva universal, en función de que su «hacer-parecer» puede y es leído, visto y retroalimentado por otros ciudadanos en el mundo «virtual». Se estaría hablando de un nuevo mundo en red, con prácticas antropológicas, discursos y acciones que difieren de lo conocido (Romero y Quiñonez, 2012).

Esta «semiosis virtual» se produce en un espacio intersubjetivo que desborda los límites de la modernidad para dar paso a la postmoderni-

dad o sobre-modernidad, conceptualizada como la historia o época paralela a la modernidad con sus propios acontecimientos (Augé, 2000); lo que conduce a la convergencia de historias, a la desterritorialización de los espacios y a la liberación de los individuos.

Sobre-modernidad, que aunque parezca paradójico, es una época de apertura del «yo» individuo a la presencia de los demás «otros», ya que hay una circulación de sujetos, de cosas y de imágenes; pero también ese individuo «universal» sufre un repliegue sobre sí mismo, dando lugar a lo que se conoce como «no-lugar» (Augé, 2000), lo que supone que el individuo ha sido removido de la seguridad de las relaciones dadas y es obligado a vivir su vida con base en sus propias elecciones y responsabilidades, lo que ha desembocado en un proceso de pérdida de *seguridad ontológica* que el sujeto busca compensar trabajando arduamente en la construcción del proyecto reflexivo del *self*. (Giddens, 1998 citado por Yarto, 2012).

La sobre-modernidad se caracteriza por la co-presencia de tres dimensiones: la del tiempo o temporalidad; la de la sobreabundancia de acontecimientos o eventos dando origen a la aceleración de la historia; y la del espacio o espacialidad que se caracteriza por la anulación de las distancias y en el caso concreto del ciberespacio la historia se reduce a la información que fluye por todas partes en los no-lugares físicos.

Postmodernidad que ha hecho posible que el componente *espacial* de la «copresencia *real*» se extienda hasta una «copresencia virtual», siendo ello una manifestación más de la transformación contemporánea en la articulación entre «lo próximo» y «lo remoto» social, lo que facilita una fuerte incidencia en las «situaciones de interacción social con copresencia», ampliando su «espacialidad» social, lo que trae consigo consecuencias en las características de aquellos patrones *contemporáneos* de interacción social que se ven afectados por dicha circunstancia (Sotolongo y Delgado, 2006).

Contexto postmoderno que da origen, -en este marco de la «semiosis virtual»- a ese espejismo de un sujeto fragmentado en una intersubjetividad espectral; «sujeto individual virtual que vive en la espectralidad aparente un gozo análogo al obtenido por las drogas: la felicidad como paroxismo ahistórico, apolítico, solipsista (...) condición necesaria, material e inevitable, olvidada, del gozo virtual» (Dussel, 1999: 15).

Intersubjetividad

El mundo de la vida cotidiana en el cual hemos nacido es desde el comienzo un mundo intersubjetivo; lo que implica, «por un lado, que este mundo no es mío privado sino común a todos nosotros; y por el otro, que en él existen semejantes con quienes me vinculan muchas relaciones sociales» (Schütz, 2003 citado por Cabrolié, 2010: 319).

El concepto de intersubjetividad permite identificar al «sujeto que percibe al otro y lo que percibe en él le habla al sujeto de sí mismo, (...), se define en acuerdo o en oposición a lo que encuentra en el otro» (Paciuk, 2008: 144); es «el acceso a la subjetividad del otro», y se fundamenta en

una motivación primordial de carácter social para la comunicación, una motivación compartida para entender al otro (Trevarthen citado Gutiérrez et al., 2008).

Como se puede observar en esta concepción de intersubjetividad hay una base social, cultural, pues ese «yo entiendo que tu entiendes que yo entiendo» sólo es posible en la interacción entre las mentes, en el compartir significados, es decir, que este concepto se relaciona con la noción de signo entendido como «un algo que se refiere a otro algo para alguien» (Pierce citado por Gutiérrez et al., 2008: 694), el cual lleva implícito un destinatario.

En este sentido, la intersubjetividad permite no sólo compartir información y significados, sino también le posibilita a los sujetos comprenderse; es decir, que el «acto social se torna así acto comunicativo por medio del cual un sujeto que quiere ser atendido por otro reclama al otro su respuesta» (Iribarne, 2002 citada por Aristizábal, 2009: 348).

Esta intersubjetividad se puede manifestar a través de diferentes modalidades como: a) el «*ser el uno 'con' el otro*» (*Miteinander sein*); b) «*el-ser-para-otro*» (*Füreinander sein*), que refiere al que es reconocido por otro; c) «*junto-al-otro*» (*Nebeneinander*), saberse los sujetos en experiencia con los otros, con intenciones semejantes; d) «*por-medio-de-otro*» (*Durcheinander*) incorporación de cosas de ámbito cultural que son obra de otros, de una tradición que se evidencia a partir de otros (lenguaje, convenciones, etc.); e) «*el uno en el otro*» (*Ineinander*), relación amorosa y de amistad en que uno de los participantes toma las metas del otro como propias; f) «*orientarse el uno según el otro*» (*Sich nacheinander richten*), en que cada uno se interesa por el desarrollo y la realización de la persona del otro (Iribarne, 2002 citada Aristizábal, 2009: 351).

Modalidades que dan lugar a una «comunicación intersubjetiva que está orientada hacia el otro; sus antecedentes pueden situarse en la filosofía, la psicología social y en la fenomenología sociológica» (Romeu y Macías, 2011:39); también se la conoce como comunicación dialógica, fundamento de la filosofía dialógica.

Comunicación dialógica en donde los sujetos participan activamente e intervienen, modificando su realidad como sujetos individuales mediante la puesta en común de significados que por una parte, permiten actuar en un acto de coherencia en relación con el o los otros (Hernández y Galindo, 2007); y por otro, facilitan «la interacción dialógica como una expresión consciente, directa y volitiva donde el Yo se orienta hacia el Otro para hacerlo participar de forma conjunta de un espacio de comunicación donde la socialidad se constituye en sentido propio común» (Romeu y Macías, 2011:41).

Lugar del diálogo y de la comunicación donde convergen «voluntades y conciencias afines, deseosas y entusiastas de la relación con el Otro. (...) o bien como en las redes, el conjunto anónimo donde lo individual se eclipsa a favor del bien común» (Romeu y Macías, 2011:42); pero que igual da lugar a una instancia común que se podría denominar «no-

sotros», que se caracteriza por una relación hacia el «tú» que es la forma universal en el que el «otro» es experimentado en persona. En el curso de esta relación puedo utilizar mi conocimiento, verificarlo, modificarlo y adquirir nuevas experiencias, en ella reside el proceso de aprendizaje y creación de significados.

En este encuentro dialógico pueden estar presentes tanto los sentimientos de simpatía como los prejuicios, puesto que son ingredientes de la «forma en que nos imaginamos al otro, de las posibilidades de contacto» (De la Torre, 1997:161), y de los encuentros y desencuentros, mediados por el lenguaje.

Encuentro dialógico «yo-tu» que puede estar caracterizado por la familiaridad, el compartir experiencias de vida, el enriquecimiento del otro, el encuentro mutuo, o de entrega por parte de uno de los participantes, etc. pero también puede constituirse en la negación del «Otro» invisibilizándolo, negándolo y violentándolo.

En el campo de la vida social, en el quehacer cotidiano, actualmente se hace necesario tener en cuenta que es frecuente estar ante el fenómeno recurrente de un desdibujamiento entre lo público y lo privado, equivalente a la oposición intra y extrapsíquico; y como tal no deja de ser significativo que se apunte a la vigencia de este concepto cuando se confirma como un hecho incuestionable la primacía de un egocentrismo que rehúye de la intersubjetividad, hasta tal punto que la amistad se vive en el marco de la red (Paciuk, 2008) y del espacio/tiempo virtual.

En este mundo de encuentros/desencuentros intersubjetivos lo que importa es que en el reconocimiento de la «alteridad» y de la «subjetividad» como polos opuestos de la intersubjetividad no deben sobrepasar las visiones totalizantes que niegan la otredad del sujeto, ni mucho menos su alteridad (Cabriolé, 2010).

Celular e intersubjetividad

El teléfono celular como instrumento inherente, permanente y omnipresente en las relaciones intersubjetivas no solo ha sustituido la comunicación cara a cara, sino que se está convirtiendo en un «mediador en el proceso de construcción del 'yo', en los nuevos patrones de interacción y dependencia que emergen durante el mismo, y sus implicaciones en la manera como los usuarios establecen relaciones y generan compromisos con los otros» (Yarto, 2012: 3).

Por otro lado, ese «yo vacío» que emerge de la falta de señales que brindan las estructuras tradicionales demanda el apoyo de los «otros significantes» del *otro generalizado* (Mead, 1993), del «tu»⁴. Es en este con-

4 «Tú» que puede ser individual o colectivo.

texto donde el Smartphone irrumpe como mediador idóneo para la elaboración del *otro generalizado mediado* posibilitando las relaciones intersubjetivas entre grupos de amigos y de familiares que ayudan a validar la conducta, pensamientos y sentimientos de los sujetos y sirven de base para la construcción de identidades individuales (Fujita citado por Matsuda, 2005).

El teléfono inteligente también adquiere un papel relevante al posibilitar un impacto significativo en la construcción y reconocimiento del «yo», facilitando un tipo de seguridad existencial individualizada a través del «otro» (individual/social) en línea; y la «conectividad que el aparato brinda lleva a suponer que el otro 'siempre está ahí' para brindar información, afecto, seguridad y apoyo» (Yarto, 2012: 5); es decir, que el celular se convierte en una extensión/puente del «yo» hacia el «tu-nosotros», de tal forma que su ausencia o pérdida (física o psicológica) es causa de inseguridad, de aislamiento, de frustración, de angustia, etc., lo que lo convierte en un objeto-apéndice, que debe estar siempre a la mano.

Por otra parte, esa relación del «yo» con los «otros» (quienes conforman el grupo social del sujeto), que posibilita el celular, es lo que facilita el estímulo principal para el apego emocional que se desarrolla con respecto al aparato (Vincent, 2005 citado por Yarto, 2012), y que se refuerza físicamente por lo que almacena (mensajes, fotos, directorio, agenda, internet, redes sociales, etc.) y psicológicamente, por lo que simboliza: estatus, pertenencia, seguridad, conectividad, ubicuidad, portabilidad, etc.

En la medida que la importancia de la presencia física de los otros disminuye, la dependencia de la conexión virtual con ellos parece aumentar: las decisiones se vuelven más colectivas y menos personales, pues ante cualquier duda o incertidumbre existe la posibilidad de tomar parecer o solicitar consejo de cualquiera de los contactos que 'están' en el celular, tanto en un sentido real a través de su número telefónico, como en un sentido metafórico a través de su presencia virtual» (Yarto, 2012: 7-8).

Teniendo en cuenta que el sujeto en el marco de las TIC's⁵, con el celular a la cabeza, tiende a replegarse hacia sí mismo, hacia el individualismo, a aislarse, paradójicamente necesita la «mirada del otro», necesita que le vean, tener a alguien que confirme su identidad; y en este sentido el Smartphone (incluidas las redes sociales) funciona como «un mercado de la observación del otro y de redistribución de retribuciones. Cuando a uno lo ven, uno tiene que ver; cuando nos dejan un mensaje o un comentario, tendemos a hacer lo mismo» (Mazzetti y Trimano, 2013: 7), lo que importa es la «visibilidad», tener presencia, ser el objeto del mayor número de búsquedas y de la atención de los «otros», de los demás, es

5 TIC's= tecnologías de la información y la comunicación.

decir, que en este momento histórico «la identidad se construye por la interacción con los demás» (Mazzetti y Trimano, 2013: 9) mediante el compartir información personal, opiniones y sentimientos.

Sin embargo, esa mediación del teléfono inteligente en las relaciones intersubjetivas solo se alcanza por la utilización del lenguaje (SMS, mensajes de WhatsApp, emoticons, etc.) que se «constituye en un instrumento muy útil para fomentar los procesos intrasubjetivos» (Gutiérrez et al., 2008: 693); lenguaje «convertido en sistema simbólico que es el modo enunciativo primordial para analizar al sujeto y sus desdoblamientos a través de los discursos de la cotidianidad como parte de la percepción y comprensión, aunados a lo afectivo- subjetivo» (Hernández, 2013: 2). Lenguaje que como medio de comunicación y consenso actúa de manera permanente en las relaciones intersubjetivas.

Atendiendo a las consideraciones anteriores se puede colegir que la relación «yo-tu» mediada por el celular es paradójica, porque por una parte acentúa la comunicación entre pares, facilita el encuentro virtual de parejas y amistades, refuerza la sensación de unidad y pertenencia al grupo, posibilita la organización de acciones colectivas: manifestaciones, concentraciones (Bernete, 2007), incrementa lazos sociales primarios, etc. Pero por otro lado puede generar brechas digitales, agudizar barreras económicas y culturales, invisibilizar al «otro/s» mediante el chantaje, el «ciberacoso» (ciberbullying, matoneo, insultos, amenazas, mensajes obscenos, etiquetas peyorativas, etc.), el grooming⁶, el ciberterrorismo; o también enmascarar el «yo», inventar una auto- imagen (*self*) frente al «tu» para engañarlo, para aparentar lo que «no se es», etc.

Conclusiones

El teléfono celular ese artefacto que ocupa un lugar privilegiado en la vida cotidiana del hombre contemporáneo, ha dejado de ser un medio de comunicación y se ha convertido en «su conexión» con los «otros» quienes conforman su grupo social, al permitirle «una forma de presencia ubicua que los transporta prácticamente a cualquier sitio donde están sus contactos» (Yarto, 2012: 7); emerge como un elemento clave en la puesta en escena de las relaciones intersubjetivas, en donde actúa como instrumento mediador que posibilita el contacto permanente entre el «yo-tu/nosotros»; adquiere un alto valor simbólico en la interrelación del «yo-subjetivo» frente al «otro», es decir, que garantiza «una conectividad constante con un *otro generalizado mediado* que sirve de apoyo en el proceso de elaboración de la identidad y la seguridad ontológica del sujeto» (Yarto, 2012: 8).

6 *Grooming*: acoso de pedófilos a menores.

Sin embargo esa relación intersubjetiva «yo-tu» mediada por el teléfono inteligente a través del lenguaje, es paradójica y contradictoria ya que por una parte proporciona una mayor autonomía, pero al mismo tiempo genera más dependencia; enriquece las relaciones intersubjetivas pero también puede invisibilizar al «otro»; promueve mayor libertad, pero mantiene al usuario atado a su aparato; y todo ello en un contexto en el que el sujeto se repliega sobre sí mismo pero paralelamente necesita de la aprobación del «otro», dando lugar a que se desdibujen los límites entre lo público y lo privado, lo personal y lo colectivo (Yarto, 2012).

Referencias bibliográficas

- Aristizábal, Pedro Juan (2009). **“Intersubjetividad y comunicación”**. Acta fenomenológica latinoamericana. Volumen III (*Actas del IV Coloquio Latinoamericano de Fenomenología*) Círculo Latinoamericano de Fenomenología. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú; Morelia (México), Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Págs. 335-355
- Auge, Marc (2000). **Los no Lugares. Espacios del anonimato. Una Antropología de la Sobremodernidad**. Editorial Gedisa. Barcelona.
- Bernete, Francisco (2007). **“Las preocupaciones y averiguaciones que se manifiestan en torno al lenguaje juvenil usado en los móviles e Internet”**. REDES. Com.. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales. INJUVE.
- Cabriolé, Magaly (2010). **“La intersubjetividad como sintonía en las relaciones sociales. Redescubriendo a Alfred Schütz”**. Polis, *Revista de la Universidad Bolivariana*, Volumen 9, N° 27, 2010. Págs. 317-327.
- De la Torre, Renée (1997). **“La comunicación intersubjetiva como fundamento de objetivación etnográfica”**. Comunicación y Sociedad (OECSU, universidad de Guadalajara) núm. 30. Págs. 149-173.
- Dussel, Enrique (1999). **“Sobre el sujeto y la intersubjetividad: el agente histórico como actor en los movimientos sociales”**. En Revista Páso No.: 84-Segunda Época 1999: Julio-Agosto.
- Gutiérrez, María; Ball, Manuela y Márquez, Emilia (2008). **“Signo, significado e intersubjetividad: una mirada cultural”**. EDUCERE. Año 12. N° 43. Octubre-Diciembre. Págs. 689-695. Universidad de los Andes. Escuela de Educación. Mérida. Venezuela.
- Hernández, Luis Javier (2013). **La cotidianización de lo anormal y la anulación de las fronteras discursivas**. En proceso de publicación. Universidad de los Andes. Trujillo. Venezuela.
- Hernández, Yasmin y Galindo, Raúl (2007). **“El concepto de intersubjetividad en Alfred Schutz”**. En: Espacios Públicos. Vol. 10, núm. 20 pp. 228-240. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca. México.

- Marcuse Herbert (1993). **El Hombre Unidimensional**. Traducción: Antonio Elorza. Editorial Planeta Agostini. Barcelona.
- Matsuda, M (2005). **Discourses of keitai in Japan**. En M. Ito, D. Okabe y M. Matsuda (eds.), *Personal, portable, pedestrian. Teléfonos celulares en la vida japonesa*. Págs.19-39. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mazzetti, Carolina y Trimano, Luciana (2013). **“Nuevas prácticas en la construcción de la subjetividad. Una aproximación a las intimidades visibles”**. Encuentro Panamericano de Comunicación. Córdoba-Argentina. 400 años Universidad Nacional de Córdoba Escuela de Ciencias de la Información. Avenida Valparaíso esquina Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba. Argentina
- Mead, G.H. (1993). **Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductivismo social**. F. Mazia (trad.). 2a. reimpresión. Paidós. México.
- Mosquera, Alexander (2009). **Análisis de las dimensiones de un software educativo y de su recorrido de interpretantes. Estudio de caso**. Investigación Libre. Programa de Doctorado en Ciencias Humanas de LUZ. Maracaibo. Venezuela.
- Paciuk, Saúl (2008). **“De intrapsíquico a intersubjetivo”**. Revista uruguaya de Psicoanálisis. Págs. 137-153.
- Romero, Juan y Quiñonez, Jessica. (2012). **TiC's, opinión política y periodismo**. Disponible en: <https://paisportatil.wordpress.com/2011/09/18/tics-opinion-politica-y-periodismo/>. [Consultado el 05/04/72015]
- Romeu, Vivian y Macías, Rosa María (2011). **“La importancia de la comunicación intersubjetiva en las organizaciones”**. Temas de comunicación N°22, enero-junio. Universidad Católica Andrés Bello, Págs. 23-50
- Sotolongo, Pedro y Delgado, Carlo (2006). **“La intersubjetividad social, las estructuras sociales objetivadas y las subjetividades sociales individuales”**. En publicación: La revolución contemporánea del saber y la complejidad social. Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo. Red de bibliotecas virtuales de Ciencias sociales en América Latina y el Caribe de la red CLACSO.
- Yarto, Consuelo (2012). “El Papel del Teléfono Celular en la conformación de la Identidad y la Seguridad Ontológica de los Jóvenes”. En: **Diálogos de la Comunicación**. FELEFACS. Edición N°. 84. Los usos y las prácticas de comunicación.