

## De la comunicación telefónica

EULALIO FERRER RODRÍGUEZ

Nadie puede negar, bajo cualquier enfoque, que el teléfono es, y sigue siendo, uno de los medios de comunicación preferidos y más al alcance de la mano y del oído desde su invención en 1876 por el emigrante escocés Alexander Graham Bell. Invento apoyado en la transmisión eléctrica, que seguiría 39 años después al del telégrafo por Morse, y a un año al del fonógrafo, por Edison. Se llamaría comunicación bilateral de carácter mecánico, fuente de estudio, aparte de su utilidad inmediata, de las relaciones humanas en una de sus esferas más íntimas y testimoniales. Ayudaría a entenderlas y a medirlas.

El advenimiento del teléfono sólo podría ser comparable al de la imagen electrónica, a la cual contribuiría con sus progresos tecnológicos. Umberto Eco ha dicho que el teléfono ha propiciado, desde sus orígenes, una estética del lenguaje personal. Por su parte, Octavio Paz le consideró como un diablo del escritor, frente al ángel guardián del diccionario. Con los primeros pasos del teléfono empezaban los soliloquios de oreja a oreja, que ha estudiado Milan Kundera. Recreo de intercambios humorísticos y amorosos; de alcahueterías y conspiraciones; de soledades y consuelos. Algunos médicos han pensado que el hábito telefónico en sus excesos promueve la neurosis. Otros, profundizando en el tema, han sostenido que los neuróticos dejan de serlo cuando se refugian en el confesionario telefónico. De lo que nadie duda es que el teléfono genera una de las más poderosas dependencias. Tanto, que el poeta Ted Hughes se ha rebelado contra ella en unos versos limpiamente traducidos por José Emilio Pacheco: "Lárgate de mi casa, teléfono/ eres un dios inmundado/ vete y susurra en otra almohada/ no alces tu cabeza de serpiente en mi casa/ no muerdas a más gente/ cangrejo de plástico." Pero lo que resulta ya historia es que había nacido un aparato dialogante, aún en sus monólogos. Asombrosa prolongación sensorial del oído y la voz. La gente, atraída por la fuerza de la novedad y seducida por sus posibilidades coloquiales, hizo del teléfono su juguete favorito. A tal grado, que sus fabricantes, para evitar molestias a los usuarios, adaptaron el auricular a la estructura ósea y diafragma del oído. No es de extrañar que, ante el empleo intensivo e indiscriminado del teléfono, sin límite de tiempo en las llamadas locales, las empresas explotadoras concluyeran, con un sentido estricto de beneficio comercial, que no era justo cobrar de igual manera al usuario moderado que al inmoderado. De ahí, el establecimiento de tarifas ajustadas a duración de tiempos, con la libertad y el privilegio de un mercado que pronto desarrolló una clase cautiva, la de los usuarios que podrían darse el lujo de hablar por teléfono a su entera libertad. Un consumidor compulsivo, emparentado con la familia de quienes posteriormente habitarían los modernos supermercados: los compradores cuantitativos, hijos del deseo y del exceso.

Contra lo que se supone, teléfono no es una palabra acuñada por su ilustre inventor, ni por la compañía que lo explotó comercialmente. Lo que se hizo fue adoptar un término que ya existía en Estados Unidos, a mediados del siglo XIX, con un sentido propio y metafórico: el orador del futuro. El futuro del teléfono, en sus diversas etapas, comenzó a revolucionarse,

prácticamente, a mediados del siglo xx, con el tendido de las primeras líneas submarinas. En 1962 se inauguraron las transmisiones por satélite, en lo que sería un avance decisivo en el destino propio y general de las comunicaciones. El siguiente paso, en otra aceleración impresionante, fue la implantación de la telefonía móvil. Importa subrayar que ésta, en el tránsito esencial que va de la miniaturización a la electroquímica, comenzó a ser investigada en Estados Unidos en los años 20 del siglo pasado, precisamente en Detroit, cuando la policía departamental instaló radioemisores-receptores en sus vehículos, con base en baterías automovilísticas. Se exploraría, así, la comunicación por voz sin cables. El siguiente paso lo dieron a partir de 1947, los laboratorios de att Bell, utilizando estaciones de baja potencia. Sería Motorola, en 1983, la marca que creó el primer teléfono móvil para uso comercial, esto es, el comienzo del sistema celular, que se extendería rápidamente por el mundo. El desbordamiento de la demanda fue imprevisible: del millón de aparatos calculados para venderse en Estados Unidos, a fin de siglo, se llegó a más de 50 millones: cinco años antes. La expansión mundial del celular ha alcanzado tales proporciones que suma hoy alrededor de 500 millones de aparatos, 50% de los cuales se ubican en Estados Unidos. En contraste, valga el dato de que un 40% de la humanidad no ha podido hacer nunca una llamada telefónica. Las estadísticas, al fin del siglo xx, señalan además que 75% de los teléfonos se concentran principalmente en doce naciones, lo que ha dado lugar, en algunos países, a un movimiento filantrópico, el de mensajeros de la paz, con horarios abiertos de llamadas gratis para ancianos y menesterosos.

Esta síntesis explicativa debe ser contemplada con cierta perspectiva histórica, no sólo como maravilla técnica, sino para comprender mejor su influencia y su proyección social en la vida comunicativa de nuestro tiempo. No puede olvidarse que el teléfono, a los pocos años de nacer, con un éxito que nunca soñó su inventor, fue calificado como un instrumento de absoluta necesidad, aunados a sus usos prácticos y serviciales, los del entretenimiento, tan sensibles a la naturaleza humana, del diálogo al monólogo. No faltó quien lo considerara el medio ideal para cultivar el lenguaje del amor, o dicho de otro modo, el lenguaje de la estética personal.

Compañero de la computadora, como instrumento de innovación comunicativa, el teléfono celular –también llamado móvil, de bolsillo o telefonino– al tiempo que se ha multiplicado en número de usuarios, ha crecido en capacidad seductora, alcanzando con gran plenitud el viejo objetivo del teléfono compartido. Ha ampliado enormemente sus alcances y servicios, desde los transportes terrestres hasta los marítimos y los aéreos; cubre necesidades de auxilio, socorro y recuperación de tiempo, y en ciudades de tránsito congestionado, como las de México, Tokio, Sao Paulo, París y Roma, entre otras, puede ser providencial. Pero, simultáneamente, por su misma índole, al acrecentar la dependencia, entraña riesgos graves como cuando se conduce el automóvil en carretera con una sola mano y a altas velocidades. Aparte de ello ha desencadenado una contagiosa ola de esnobismo o parasitismo social que cubre una amplia gama de matices: la amenaza delincuente, la facilidad del secuestro y el temor al insulto anónimo. De igual modo es símbolo de una sociedad cómoda y privilegiada, más allá de la necesidad razonable, al transformarse tanto en un artículo de lujo como en una aspiración de estatus personal de opulencia. Basta contemplar el frenesí ostentativo de muchas personas que utilizan el celular en espacios cerrados o abiertos, en la mesa de un restaurante o andando por la calle con aire peripatético, como si perteneciera a otra especie, con no pocos rasgos de sonambulismo social, lo mismo en los Campos Eliseos

de París, que en la Gran Vía de Madrid o en la Avenida Juárez de la ciudad de México. Refugio del cotorreo y de los requerimientos intrascendentes, vehículo de la voz sonora que presume en público de las supuestas llamadas de gente notable o a gente notable, el teléfono celular se ostenta hoy como quien luce una sortija, un reloj o un automóvil. De loro portátil lo ha calificado Fernando Lázaro Carreter. Glorificación de la cháchara, en la apreciación del filósofo español José Antonio Marina. (Para ese público selectivo se ha lanzado en Estados Unidos un celular de 20 mil dólares, montado en oro y brillantes, con pantalla e imagen en color de cristal zafiro.)

Sea emblema visual o novedad distintiva de nuestra época, juego de ociosidades o servicio de urgencia, correo erótico o mensaje funcional, el teléfono celular con su centenar de formas de contratación, con todos sus adelantos inminentes, debe situarse entre los medios más usuales y útiles de la comunicación contemporánea. Símbolo del urbanismo invasor de este nuevo siglo, aliciente de vida comunicativa y encarnación paradójica de nuestro tiempo