

La telefonía móvil en el Estado español

Laura Ruano Alegre
Universitat Ramon Llull (Barcelona)
Laurara0@blanquerna.url.edu

Resumen

Hace 10 años en el Estado español sólo tenía teléfono móvil el 10,8% de la población y hoy en día la tasa de penetración de esta tecnología supera el 100%. ¿Por qué ha incrementado tanto el número de teléfonos móviles en los últimos años? ¿Son los jóvenes los que usan mayoritariamente esta tecnología? ¿Los hombres usan más los teléfonos móviles que las mujeres? ¿Determina el nivel socioeconómico el acceso a la telefonía móvil? Esta comunicación trata de dar respuesta a éstas y otras preguntas a partir del estudio de la citada tecnología desde su implantación hasta nuestros días. Se estudia cómo se introdujo la telefonía móvil en el Estado español y quiénes eran sus usuarios potenciales; en qué momento y gracias a qué aplicaciones se hizo más popular esta tecnología; etc. En definitiva, en esta comunicación se esboza un mapa de la situación de la telefonía móvil en nuestro país. Se trata de un artículo que aglutina algunos de los estudios más importantes sobre la telefonía móvil que se han hecho aquí y en otros países para mostrar una visión lo más global posible del fenómeno.

Introducción

Para contextualizar el incremento de usuarios al que nos referimos en el resumen es necesario hacer una breve alusión a la historia de la telefonía en el Estado español. Algunos autores consideran que la introducción del servicio de telefonía móvil se produjo con cierto retraso. El primer servicio de lo que podríamos llamar telefonía móvil tal como la entendemos hoy utilizado en el Estado español lo empezó a ofrecer la *Compañía Telefónica Nacional de España* (CTNE) en el año 1976. Se llamaba *Teléfono Automático en Vehículos* (TAV). Su elevado precio y su escasa cobertura – sólo había cobertura en Barcelona y Madrid con capacidad máxima para 400 abonados en cada una de ellas - hicieron que su demanda fuera muy pequeña. Estos teléfonos, por su elevado peso y dimensiones, tenían que estar necesariamente a bordo de un vehículo. Y, consecuentemente, sus usuarios eran casi exclusivamente personal

directivo de la CTNE y altos cargos de la Administración Pública.¹ Las limitaciones de este servicio de telefonía se hacen evidentes con los siguientes datos: al finalizar 1980, sumando las redes de Madrid y Barcelona, el número de usuarios sólo alcanzaba los 480.²

En este contexto aconteció un hecho que cambiaría radicalmente el panorama: la aparición del sistema NMT (*Nordic Mobile Telephone*) en los cuatro países nórdicos europeos. Este sistema se basaba en un concepto teórico absolutamente novedoso: la “radiocomunicación celular”. Se puso en funcionamiento en el Estado español en el año 1982 aprovechando el Mundial de Fútbol con el nombre TMA-450 (*Telefonía Móvil Automática*). Estaba previsto que tendría un gran éxito porque era más manejable – también se podía utilizar fuera de los vehículos porque se llevaban cogidos con una asa a modo de maletín– y económico. Pero hasta 1986 la penetración del TMA-450 fue muy baja; no llegó al millar de abonados. En mayo entró en servicio en Barcelona, Málaga, Sevilla, Cádiz y Segovia y se amplió su capacidad de tráfico en Madrid. Y, posteriormente, el Gobierno aprobó un nuevo reglamento que, entre otras cosas, permitía la venta de terminales de forma directa. Esta medida se consideró muy oportuna porque hizo posible que los precios disminuyeran y, consecuentemente, la demanda aumentara. A partir de 1987 el servicio superó todas las expectativas debido a la bajada de precios. Durante 1990 su cobertura llegó a 50 provincias y se superó la cifra de los 54.700 abonados.³

Ya se empezaban a observar los primeros síntomas de congestión de la banda y *Telefónica de España*, nombre que había adoptado la hasta entonces CTNE, sacó al mercado el sistema TMA-900, derivado del sistema estándar de telefonía móvil TACS que llevaba activo en Gran Bretaña desde 1985. Este se caracterizaba por terminales más pequeños, cómodos y atractivos para el usuario. Eso supuso un aumento de la

¹ PÉREZ YUSTE, Antonio. “El proceso de implantación de la telefonía móvil en España”. *Revista Antena del COITT*. Septiembre de 2002. <http://catedra-coitt.euitt.upm.es/web_socioeconomia/articulos/procesoimplantaciontelefoniamovil.pdf> (Consulta: 22 de mayo de 2005)

² PÉREZ YUSTE, Antonio et al. *La evolución de los servicios de telecomunicación*. Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) (En línea) Capítulo PÉREZ YUSTE, Antonio. *El servicio de telefonía móvil en España*. pp. 232-255. <http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/10_el_servicio_de_telefonia_movil_en_espana_a9ed2413.pdf> [Consulta: 22 de diciembre de 2006] Citando la Memoria del Ejercicio Social de 1980 de la Compañía Telefónica Nacional de España.

PÉREZ YUSTE, Antonio. “El proceso de implantación de la telefonía móvil en España”.

³ PÉREZ YUSTE, Antonio et al. *La evolución de los servicios de telecomunicación*. Para proporcionar los datos recogidos en la última línea cita la Memoria del Ejercicio Social de 1986 de la Compañía Telefónica Nacional de España. Y añade, citando la misma fuente, que la pretensión de Telefónica en 1986 era alcanzar los 30.000 clientes en 1990.

demanda y, consecuentemente, una todavía mayor reducción de precios que incentivó a los compradores.

En 1992, con motivo de los Juegos Olímpicos de Barcelona, la Exposición Universal de Sevilla y la celebración del V Centenario del Descubrimiento de América, *TS1*, la filial de telefonía móvil de *Telefónica* nacida en 1988, realizó pruebas con el sistema digital GSM (*Global System for Mobile Communications*). Los protocolos usados en los sistemas 2G, que son los que utilizan la tecnología GSM, soportan velocidades de información más alta por voz, pero es limitada en comunicación de datos. Pueden ofrecer servicios auxiliares como datos, fax y SMS.⁴ En julio de 1995 comenzó a operar *Telefónica Móviles* bajo la marca comercial *Movistar*. En octubre empezó *Airtel*. En enero de 1996 *Telefónica Servicios Móviles* consiguió su primer millón de clientes.⁵ *Airtel* los logró en octubre de 1997.

El éxito del sistema GSM radica en varios puntos pero dos de los más importantes por el impacto social que tuvieron –y tienen– son los SMS anteriormente citados y las tarjetas prepago. La primera tarjeta prepago fue lanzada en junio de 1996 por *Telefónica* bajo el nombre “Movistar Prepago”. Esta tarjeta permitía que cualquier persona pudiera disponer de una tarjeta de un solo uso en su teléfono móvil. En marzo del siguiente año la sustituyó por otra llamada “Movistar Activa” que podía ser recargada por el propio usuario. El sistema de prepago fue un auténtico éxito que parece que ni la propia compañía se esperaba.

El Gobierno del Estado español fue uno de los primeros que se atrevió a implantar el sistema UMTS, el propio de lo que se ha dado en llamar tercera generación. En noviembre de 1999 el ministro de Fomento; Rafael Arias Salgado, propuso un concurso público para la concesión de cuatro licencias de explotación del servicio de comunicaciones móviles UMTS. A partir de este momento han entrado a formar parte del mercado nuevas operadoras como *Carrefour Movil*, *Yoigo*, etc. Y han surgido nuevas aplicaciones como, por ejemplo, los móviles con cámara fotográfica incorporada que permiten enviar y recibir mensajes con imágenes.

Como afirman Manuel Castells, Mireia Fernández-Ardèvol, Jack Linchuan Qiu y Araba Sey en su libro *Comunicación móvil y sociedad*, la comunicación inalámbrica ha tenido una difusión y penetración mucho más rápida que cualquier otra tecnología de comunicación. De todas ellas, la que mayor crecimiento ha experimentado es la

⁴ Servicio de mensajería corta

⁵ Sumados los de Movistar y Moviline

telefonía móvil.⁶ En definitiva, la telefonía móvil ha pasado de ser feudo de unos pocos para convertirse en una tecnología al alcance de la inmensa mayoría de la población mundial. Según la ITU (Unión Internacional de Telecomunicaciones) en 1991 había 16 millones de líneas de telefonía móvil a nivel mundial y en 2004, 1748 millones. Vemos por tanto, que en sólo 13 años la telefonía móvil aumentó en 1742 millones de líneas. No obstante, cabe destacar que este incremento no se ha producido de modo uniforme en todo el mundo. En 2004, de 182 países sólo 31 tenían más de 80 móviles por cada 100 habitantes y 82 tenían menos de 20. La brecha digital,⁷ a pesar de que con la telefonía móvil no es tan grande como con otras tecnologías como Internet, sigue existiendo.

Penetración de la telefonía móvil en el Estado español

La penetración de la telefonía móvil en el Estado español, tal como se puede observar en la tabla que mostramos a continuación, ha crecido considerablemente desde 1997 hasta 2005:⁸

Año	Porcentaje
1997	10,8
1998	16,3
1999	38,1
2000	59,9
2001	72,1
2002	80,1
2003	87,1

⁶ CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDEVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel – Fundación Telefónica, 2006, p. 19

⁷ Con el término “Brecha digital” hacemos referencia a la diferencia en cuanto a penetración de las TIC entre los países ricos y los pobres e, incluso, entre personas pertenecientes a una misma sociedad con niveles socio-económicos diferentes.

⁸ TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2006*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/sociedaddelainformacion2006.pdf> (Consulta: marzo de 2007), p. 56. Los datos aparecidos en el *Informe Anual 2005* de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones discrepan ligeramente con los aparecidos en el *La sociedad de la información 2006*. El informe de la CMT cifra en 16,6% la penetración de 1998; en 37,2% la de 1999; en 59,91% la de 2000; en 72,13% la de 2001; en 80,15% la de 2002; en 87,13% la de 2003; en 89,41% la de 2004 y en 96,09% la de 2005. TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2005*. <www.telefonica.es/soceidaddelainformacion> (Consulta: marzo de 2006), p. 69

2004	89,4
2005	94

Como podemos ver en la tabla, el mercado de telefonía móvil ha experimentado un crecimiento de 83,2 puntos en tan sólo 8 años. Los *autores del Informe anual 2004 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones* distinguen dos claras etapas en estos años:

Una primera fase en la que se daba un índice de penetración inferior a la media europea, donde el principal objetivo de los operadores móviles era captar la mayor cuota de mercado posible para aprovechar las economías de escala y de red. Y después, desde hace unos tres años [2002], una situación elevada de penetración, ante la cual las estrategias de las operadoras se han centrado en retener su actual cartera de clientes, intentando a su vez captar la de sus competidores (sobre todo con ofertas atractivas para captar los de sus competidores).⁹

La barrera del 100% se superó el 31 de marzo de 2006. En junio del citado año había en el Estado español 44,3 millones de líneas de telefonía móvil.¹⁰

En la siguiente tabla se muestra la evolución de la facturación de la telefonía fija y de la telefonía móvil desde 1997 hasta 2004:

Año	Telefonía móvil (millones de euros)	Telefonía fija (millones de euros)
1997	1.878	7.128
1998	2.505	7.711
1999	3.394	8.185

⁹ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2004* <http://www.cmt.es/cmt/centro_info/publicaciones/index.htm> (Consulta: marzo de 2005) p. 68

¹⁰ ABRIL, Inés. “La telefonía móvil supera en España el número de habitantes”. *Cinco Días*. (En línea) <http://www.cincodias.com/articulo/empresas/telefoniamovil/supera/Espana/numero/habitantes/cdscdi/20060605cdscdiemp_5/Tes/> [Consulta: 22 de diciembre de 2006] En este artículo, que hace referencia a los datos sobre clientes que han facilitado las compañías operadoras de telefonía móvil, advierte que el número de móviles sería mucho mayor si se contabilizaran también los que están en las máquinas expendedoras, cuya función es avisar cuando algún producto se termina o se avería, los de los sistemas de alarma, etc.... Pero, de la misma manera, también puede falsear el resultado los móviles que están inactivos.

2000	4.877	8.176
2001	6.298	8.691
2002	7.453	8.524
2003	8.811	8.255
2004	10.297	8.368

En la anterior tabla se puede observar que desde 1997 hasta 2004 el gasto en telefonía móvil ha crecido de forma espectacular –8.419 millones de euros entre los citados años– y los ingresos de los operadores de telefonía fija se han mantenido más estables –1.240 millones de euros y, en momentos puntuales, han decrecido respecto a años anteriores–.

Como ya hemos apuntado en la introducción, la modalidad de prepago se considera una de las grandes impulsoras del éxito de la telefonía móvil. No obstante, con el tiempo, y sobre todo a causa de las promociones especiales que han sacado al mercado la gran mayoría de operadoras para conseguir que sus clientes pasaran a postpago, muchos usuarios han cambiado de modalidad. En 2005 un 42,6% del total de los teléfonos móviles del Estado español tenían contrato de abono mensual y el 57,4%, contratos de prepago.¹¹

En la siguiente tabla vemos el crecimiento de los clientes de prepago y de contrato entre 1999 y 2005:¹²

Año	Clientes prepago	Clientes contrato	Total
1999	9.240.000	5.763.656	15.003.708
2000	15.736.656	8.528.403	24.265.059
2001	19.271.468	10.384.261	29.655.729

¹¹ YAGÜE, J. *Indicadores comparados de servicios de telecomunicación (I Telefonía)*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, octubre de 2005 <<http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/4CF85164-A1D0-4844-B119-F3597487D954/0/iTelefonia.pdf>> (Consulta: marzo de 2006) p. 65-66.

¹² TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2005*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion> (Consulta: marzo de 2006), p. 112 y TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2006*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/sociedaddelainformacion2006.pdf> (Consulta: marzo de 2007), p. 57 para los datos de 2005. En ambos casos se cita el informe anual de la CMT (Comisión del Mercado de Telecomunicaciones). En el primer caso el de 2004 y en el segundo el de 2005.

2002	20.873.651	12.657.346	33.530.997
2003	21.627.180	15.592.659	37.219.839
2004	20.006.634	18.555.948	38.622.582
2005	20.713.465	21.980.650	42.694.115

Una de las aplicaciones a la que hemos hecho alusión en la introducción como posible clave de la gran expansión que ha tenido la telefonía móvil son los mensajes SMS. En la siguiente tabla se muestra la evolución del envío de mensajes de texto entre 2000 y 2005:¹³

Año	Mensajes cortos (SMS) (en miles de millones)
2000	2,66
2001	7,26
2002	10,00
2003	11,736
2004	12,801
2005	12,8

Otra característica a tener en cuenta porque es una práctica muy habitual en el Estado español es la portabilidad.¹⁴ Tanto es así que se posee la tasa más alta de la Unión Europea. Esto se debe, según el documento *La sociedad de la información en España 2006*, editado por la *Fundación Telefónica*, a que los operadores, tal como hemos anunciado cuando hacíamos referencia a los contratos de postpago y de prepago, han incentivado que la población cambie de compañía ofreciendo terminales a muy bajo precio, *packs* con importantes descuentos en SMS y MMS, bonos de volumen de minutos de llamada, etc. Se ha pasado de 150.000 portabilidades por mes en marzo de

¹³ TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2006*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/sociedaddelainformacion2006.pdf> (Consulta: marzo de 2007), p. 58. Citando: CMT, Informe Anual 2005.

¹⁴ La portabilidad consiste en cambiarse de una compañía a otra manteniendo el mismo número de teléfono.

2004 a casi 300.000 por mes en agosto de 2006. Vemos, por tanto, que el número de portabilidades ha crecido mucho en los últimos años.¹⁵

En la siguiente tabla mostramos la evolución de la portabilidad en el Estado español de 2000 a 2005:¹⁶

Año	Portabilidad anual (miles de números)	Portabilidad acumulada (miles de números)
2000	2,83	2,83
2001	234,33	237,17
2002	344,49	581,65
2003	619,66	1.201,31
2004	2.283,61	3.484,92

Edad

Tal como planteábamos en la introducción, se ha eescrito mucho sobre el teléfono móvil y, especialmente, sobre algunas de sus aplicaciones como los SMS, como patrimonio casi exclusivo de los más jóvenes. ¿Nos encontramos ante un mito o una realidad?

Se parte de la certeza que los teléfonos móviles fueron pensados y creados para ser usados por adultos vinculados al mundo empresarial. Éstos siguen siendo una parte muy importante de los usuarios; sobre todo de las prestaciones más novedosas y caras. Pero esta tecnología poco a poco la fueron adoptando los adolescentes y los jóvenes adultos, además de otros sectores de la población para los que no estaba inicialmente pensada, porque se adaptaba a sus necesidades. Un claro ejemplo de aplicación que fue acogida con entusiasmo por este sector de la población, tal como hemos apuntado con anterioridad, fueron los SMS. Esta tendencia es muy marcada en países de Europa, y en los considerados países ricos en general, en los que los jóvenes poseen tiempo libre y

¹⁵ TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2006*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/sociedaddelainformacion2006.pdf> (Consulta: marzo de 2007), p. 58-59. Citando como fuente a la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones.

¹⁶ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2004* <http://www.cmt.es/cmt/centro_info/publicaciones/index.htm> (Consulta: marzo de 2005) p. 78

recursos económicos. El descenso de los precios ha influido mucho en que esta tecnología haya llegado a otros sectores.¹⁷

En el Estado español, según la *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de la Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares el primer semestre de 2006* del *Instituto Nacional de Estadística (INE)* el uso de la telefonía móvil en función de la edad está repartido de la siguiente manera:¹⁸

Edad	Porcentaje de usuarios
De 16 a 24 años	96,7
De 25 a 34 años	95,3
De 35 a 44 años	91,7
De 45 a 54 años	83,1
De 55 a 64 años	67,2
De 65 a 74 años	45,0
Total personas	83,0

Como se ve en la tabla, la gente joven es la que más utiliza la telefonía móvil, pero los operadores no han dejado de poner énfasis en la captación de clientes de mayor edad. En este sentido, ha habido empresas como *Vodafone* que han sacado al mercado productos especialmente pensados para estas personas de más edad. La citada compañía estuvo un tiempo investigando las demandas de esta parte de la población y finalmente, en 2005, sacó su línea de productos *Vodafone Simply*.¹⁹ Ésta está basada en terminales de muy fácil uso con grandes pantallas porque una de las grandes dificultades con las que se encuentran muchas personas de avanzada edad a la hora de, por ejemplo, enviar y recibir mensajes de texto es que no les resulta fácil leer en pantallas pequeñas y ver las letras en terminales cada vez más minúsculos.

¹⁷ CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. p. 73

¹⁸ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 1º semestre 2006*. Resultados por CC.AA. Principales variables para cada Comunidad y Total nacional. Resumen de datos de Personas por Comunidades Autónomas, sexo, características demográficas y tipo de uso de TIC. 2006. <<http://www.ine.es/inebase/cgi/axi>> (Consulta: 14 de març de 2007). No están disponibles estos datos para el año 2004.

¹⁹ www.vodafone.es

Además también debemos tener en cuenta que los jóvenes se han convertido en unos usuarios muy visibles de telefonía móvil porque le dan mayor valor al terminal como símbolo de identidad, han creado un lenguaje propio alrededor de los SMS, han inventado nuevos usos no previstos ni por las propias compañías operadoras como, por ejemplo, las llamadas pérdidas, etc...

Género

Manuel Castells, Mireia Fernández- Ardèvol, Jack Linchuan Qiu y Araba Sey afirman que “en general, allí donde los niveles de difusión de las tecnologías de comunicación son altos, las diferencias de género se reducen”.²⁰ Apuntan que, igual que ha sucedido con Internet, a medida que los móviles han ido penetrando en la ciudadanía, la población femenina ha igualado o superado a la masculina. No obstante, citando un informe de la *TGI Global*²¹ indican que, en lo referente a la propiedad del terminal, los hombres tienen más posibilidades de poseer uno que las mujeres. Diferentes estudios demuestran que en diversos países, entre los que se encuentran algunos europeos, en una etapa inicial eran los hombres los que poseían más móviles. Pero esta brecha se ha ido rompiendo con el tiempo.

Así queda repartida la proporción de telefonía móvil en función del género:²²

HOMBRES

Edad	Porcentaje de usuarios
De 16 a 24 años	96,7
De 25 a 34 años	95,2
De 35 a 44 años	92,6
De 45 a 54 años	84,0

²⁰ CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad*. p. 74

²¹ CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad*., Citando: TGI Global “TGI global barometer. TGI facts and figures from around the world”. Consultado el 12 de julio de 2005; <http://www.tgisurveys.com/news/Barometer/Barometer_MobilePhones.htm>

²² INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 1º semestre 2006*. No se dispone de estos datos para 2004.

De 55 a 64 años	68,2
De 65 a 74 años	47,3
Total población	84,3

MUJERES

Edad	Porcentaje de usuarios
De 16 a 24 años	96,7
De 25 a 34 años	95,5
De 35 a 44 años	90,8
De 45 a 54 años	82,2
De 55 a 64 años	66,3
De 65 a 74 años	43,0
Total población	81,7

Los autores de *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global* apuntan que algunos académicos consideran que las tecnologías de comunicación móviles han contribuido a diluir las barreras de género mientras que otros, en el extremo opuesto, afirman que tan sólo acentúan las tendencias ya existentes. Añaden, citando un artículo de los investigadores Rakow y Navarro,²³ que las mujeres acostumbran a adquirir un teléfono móvil por motivos de seguridad y precaución. Y, por otro lado, los hombres cumplen con el papel que han desempeñado a lo largo de los años: regalan teléfonos móviles a las mujeres para que éstas vean satisfechas sus supuestas necesidades de protección y su pretendida vulnerabilidad, compartida también con niños y ancianos. No obstante, Rakow y Navarro acaban llegando a la conclusión de que las tecnologías móviles no han hecho más que aumentar las desigualdades preexistentes.²⁴

²³ RAKOW, L. F.; NAVARRO, V. "Remote mothering and the parallel shift: Women meet the cellular telephone", *Critical Studies in Mass Communication*, 10, p. 144-157.

²⁴ CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. p. 81-83

En otra línea, un estudio realizado en 2003 por la doctora en Filosofía especializada en Nuevas Tecnologías de la Comunicación Sadie Plant concluye que a medida que la telefonía móvil ha ido teniendo una mayor penetración en nuestras sociedades la diferencia de género ha ido desapareciendo casi por completo y sólo han quedado usos que se consideran más propios de un sexo que de otro.²⁵

Estatus socioeconómico

En los países en los que, por regla general, tiene más peso el estatus socioeconómico a la hora de adquirir determinadas tecnologías es en los que hay un mayor nivel de pobreza. Manuel Castells y el resto de investigadores que firman con él *Comunicación móvil y sociedad* afirman que estas diferencias en función del estatus socioeconómico de los ciudadanos decrece, e incluso desaparece, cuando la penetración en una sociedad es muy alta o se acerca a la saturación. Un caso claro es Europa, donde la penetración media es del 71,5% en el continente y de más de un 100% en algunos países como Italia.²⁶ En Europa el teléfono móvil se ha acabado convirtiendo en un aparato al alcance de las personas con mayor y menor nivel de ingresos y con o sin estudios. Cabe destacar que la correlación entre estatus socioeconómico y la penetración de la telefonía móvil no es siempre lineal.

Según la *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares del primer semestre de 2006* elaborada por el *Instituto Nacional de Estadística*, el uso de telefonía móvil en el Estado español se divide de la siguiente manera en función del nivel de estudios y de su situación laboral:²⁷

Nivel de estudios y características socioeconómicas	Porcentaje de usuarios
Estudios terminados: Analfabetos	26,7

²⁵ PLANT, S. "Wireless and Nancy free", *New Statesman*. 15 de noviembre de 2003. p. 10 <<http://www.newstatesman.com/pdf/nsmobilesupp2003.pdf>> (Consultado: 14 de abril de 2006)

²⁶ CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÉVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad*, pp. 98-99

²⁷ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 1º semestre 2006*. Se advierte de que las cifras correspondientes a la variable situación laboral se han obtenido en base a la autoclasificación del entrevistado.

Estudios terminados: Educación Primaria	63,8
Estudios terminados: Primera etapa de ed. secundaria	86,5
Estudios terminados: Segunda etapa ed. secundaria	93,7
Estudios terminados: F.P. Grado Superior	94,5
Estudios terminados: Educación Superior	94,8
Estudios terminados: Otros	46,3
Situación laboral: Activos ocupados	91,4
Situación laboral: Activos parados	85,0
Situación laboral: Inactivos: Estudiantes	96,8
Situación laboral: Inactivos: Labores del hogar	70,2
Situación laboral: Inactivos: Pensionistas	48,4
Situación laboral: Otra situación laboral	80,2
Situación profesional (trabajo pral.): por cuenta ajena	92,4
Situación laboral (trabajo pral.): por cuenta propia	89,9
Total personas	83,0

Como se puede observar en esta tabla, el nivel de estudios y la situación laboral –a pesar de que en esta tabla no está perfectamente detallada– tiene incidencia, aunque, como hemos apuntado con anterioridad, poco significativa, en el nivel de adopción de la telefonía móvil. Vemos que aquellos con menor nivel de estudios usan menos la telefonía móvil que los que tienen mayor nivel de estudios. Y, lo mismo sucede con la situación laboral. Podemos observar, por ejemplo, que las personas que no están en activo, y, por tanto, se supone que tienen un mayor nivel de ingresos, hacen un uso mayor del móvil que aquellos que no están en activo.

Conclusiones

Hace poco más de diez años la telefonía móvil era percibida por gran parte de la población mundial como un artefacto propio de las películas de ciencia ficción. La realidad actual es diametralmente opuesta a esa concepción. Hoy en día, sobre todo en los denominados países ricos, la gran mayoría de la población tiene acceso a esta tecnología; que por su coste y facilidad de uso tiene una mayor penetración que otras como, por ejemplo, los ordenadores personales e Internet.

A este notable cambio han contribuido, como hemos visto con anterioridad, diversos elementos como, por ejemplo, la aparición de nuevas aplicaciones que han tenido un éxito no previsto ni por los propios creadores como, por ejemplo, los mensajes de texto, el sistema prepago, los móviles más pequeños y llevables, etc.

En la introducción y a lo largo del cuerpo de esta comunicación nos hemos planteado si los jóvenes eran el sector de la población que más uso hacen de esta tecnología y, una vez vistos los datos, podemos concluir que son un grupo de usuarios muy importantes pero no tienen, en absoluto, la exclusividad de su uso. Tal como se ha apuntado con anterioridad, y a pesar de que no se ha profundizado en ello porque el objetivo de esta comunicación no es abordar los usos que hacen los adolescentes, los jóvenes y los jóvenes adultos de la telefonía móvil, sí que se puede concluir que son uno de los grupos más visibles y numerosos. Cuando hablamos de visibilidad nos referimos a que son un colectivo sobre el que se han hecho muchos estudios porque han creado usos que no estaban previstos ni por las propias compañías ya que, en muchos casos, han adoptado la telefonía móvil como artilugio de moda e identidad, han saltado alarmas en ciertos sectores porque se ha considerado que podía repercutir negativamente en su formación, etc.

En lo visto anteriormente se constata también que no se pueden establecer una relación directa en cuanto a género y nivel socioeconómico y el uso de la telefonía móvil. En lo referente a género se observa que la telefonía móvil no ha contribuido a incrementar ni disminuir las diferencias de sexo existentes y en cuanto a nivel socioeconómico tampoco podemos afirmar que, en los países ricos, los que tienen un mayor nivel de ingresos usen mucho más la telefonía móvil que aquellos que los poseen más bajos porque, como ya hemos apuntado con anterioridad, esta tecnología tiene un precio más asequible que otras y esto contribuye a que la brecha existente no sea tan pronunciada.

Por último, debemos constatar que nos encontramos ante una tecnología en constante evolución que todavía parece depararnos muchas sorpresas.

Bibliografía

- ABRIL, Inés. “La telefonía móvil supera en España el número de habitantes”. *Cinco Días*. (En línea) <http://www.cincodias.com/articulo/empresas/telefoniamovil/supera/Espana/numero/habitantes/cdscdi/20060605cdscdiemp_5/Tes/> [Consulta: 22 de diciembre de 2006]

- CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J.L.; LINCHUAN, Q.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel – Fundación Telefónica, 2006.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 1º semestre 2006*. Resultados por CC.AA. Principales variables para cada Comunidad y Total nacional. Resumen de datos de Personas por Comunidades Autónomas, sexo, características demográficas y tipo de uso de TIC. 2006. <<http://www.ine.es/inebase/cgi/axi>> (Consulta: 14 de marzo de 2007).
- PÉREZ YUSTE, Antonio et al. *La evolución de los servicios de telecomunicación*. Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) (En línea) Capítulo PÉREZ YUSTE, Antonio. *El servicio de telefonía móvil en España*. pp. 232-255. <http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/10._el_servicio_de_telefonia_movil_en_espana_a9ed2413.pdf> [Consulta: 22 de diciembre de 2006] Citando la Memoria del Ejercicio Social de 1980 de la Compañía Telefónica Nacional de España.
- PÉREZ YUSTE, Antonio. “El proceso de implantación de la telefonía móvil en España”. *Revista Antena del COITT*. Septiembre de 2002. <http://catedra-coitt.euitt.upm.es/web_socioeconomia/articulos/procesoimplantaciontelefoniamovil.pdf> (Consulta: 22 de mayo de 2005)
- PLANT, S. “Wireless and Nancy free”, *New Statesman*. 15 de noviembre de 2003. p. 10 <<http://www.newstatesman.com/pdf/nsmobilesupp2003.pdf>> (Consultado: 14 de abril de 2006)
- TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2005*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion> (Consulta: marzo de 2006)
- TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2006*. <www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/sociedaddelainformacion2006.pdf> (Consulta: marzo de 2007)
- YAGÜE, J. *Indicadores comparados de servicios de telecomunicación (I Telefonía)*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, octubre de 2005 <<http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/4CF85164-A1D0-4844-B119-F3597487D954/0/iTelefonia.pdf>> (Consulta: marzo de 2006) p. 65-66.
- COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2004* <http://www.cmt.es/cmt/centro_info/publicaciones/index.htm> (Consulta: marzo de 2005) p. 68