La comunicación corporativa: ¿los límites del futuro?

POR **JUAN BENAVIDES DELGADO**

Hablar hoy en día del teléfono es hablar de un equipo que se ha convertido en un bien tecnológico necesario, al alcance de grandes capas de población de la mayoría de los países del mundo, que lo consideran un elemento más del paisaje de su vida cotidiana. Las estadísticas referentes a la disponibilidad del teléfono son impresionantes: a finales de 1988 había instaladas en el mundo cerca de 500 millones de líneas telefónicas, de las que el 79 por ciento se encontraban situadas en Estados Unidos y Europa, zonas geográficas en las que se puede decir que este elemento de comunicación está al alcance de la práctica totalidad de la población.

Como resultado de la extensión del teléfono, en los países más industrializados es un equipo ya habitual en la vida diaria y su uso forma parte de la rutina cotidiana de los seres humanos. Así, el teléfono está presente en todos los lugares en los que se pasa la mayor parte del tiempo (trabajo, calle, domicilio, etc.), de forma que se ha generalizado de manera silenciosa y se ha deslizado hasta los lugares más íntimos de las actividades individuales. Lejos de ser simplemente un fenómeno relativo al consumo electrónico, el empleo del teléfono se ha convertido en algo de índole cultural que puede, incluso, actuar como factor de integración social.

Fundación Telefónica



Realmente, el interés por el estudio del uso del teléfono como medio de comunicación es relativamente reciente, situación que obedece a las diferentes etapas históricas por las que ha ido pasando la visión del desarrollo de este servicio de comunicación, tanto por parte de los usuarios, como de las empresas telefónicas.

En los países más industrializados, y tras superar las primeras etapas de expansión del uso del teléfono, es decir a finales de los años 60 y principios de los 70, la posesión de teléfono estaba vista como un índice de confort y de nivel social. En este periodo el teléfono ocupa su lugar entre los electrodomésticos presentes en el hogar, pero no se presta demasiada importancia a su función social de comunicación, en beneficio de su carácter de bien de consumo para determinados grupos sociales.

Durante este periodo las compañías telefónicas consideran a todos los abonados por igual, sin distinguir el tipo de uso que le dan al servicio, ya que sus principales objetivos son conseguir que el teléfono ocupe un puesto destacado en el equipamiento doméstico, a la vez que su posesión suponga una sensación de mejora en el nivel de vida, y extender el uso del servicio para permitir su mejor gestión técnica y económica, estableciendo una importante infraestructura.

Fundación Telefónica
Telefónica

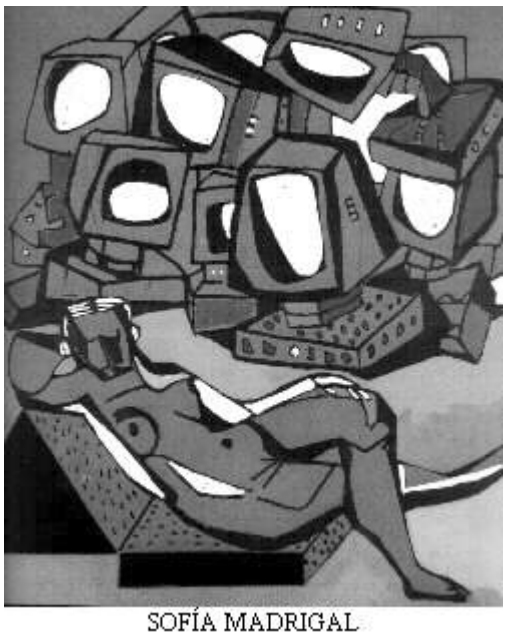


A partir de mediados de la década de los 70, la expansión del servicio telefónico vuelve a crecer de manera notable y empiezan a aparecer indicios del interés por profundizar en el estudio del uso colectivo de la comunicación por este medio. En este sentido, las empresas telefónicas comienzan a crear paneles de abonado para seguir la evolución del consumo de este servicio y distinguir los diferentes segmentos de usuarios y sus tendencias. Asimismo, se ponen en marcha en este periodo las encuestas de intención de compra del servicio por parte de los particulares, que permiten obtener datos fiables sobre la demanda potencial de teléfonos.

Un poco de historia sobre el teléfono

En la década de los 80 es cuando se multiplican los trabajos y actividades relacionadas con el análisis profundo del uso social del teléfono, superándose la concepción de este elemento como bien de consumo o como instrumento para satisfacer las necesidades de comunicación. En este contexto, el teléfono se integra totalmente en el dominio de los hábitos de comunicación y de las relaciones sociales, ocupando un lugar destacado junto al correo, las visitas, etc.

BY NC ND



SOFÍA MADRIGAL

Para llegar a entender las tendencias actuales al considerar el teléfono como un elemento social y cultural que potencia las comunicaciones humanas, hay que hacer antes un recorrido histórico sobre su génesis y sobre las etapas tecnológicas que ha supuesto su desarrollo.

El nacimiento de la telefonía se sitúa a finales del siglo XIX (alrededor del año 1875), aunque los historiadores no se ponen totalmente de acuerdo respecto a cuál fue su verdadero descubridor. Probablemente, como ha ocurrido con otros inventos de la humanidad, varias personas trabajaban en distintas partes del mundo con ideas parecidas y llegaron a desarrollos muy semejantes casi en el mismo tiempo.

Más allá de la discusión histórica, el hecho de interés para nosotros es que en el último tramo del siglo pasado ya estaba disponible el teléfono. Curiosamente, la aparición del teléfono no produjo un gran impacto inicial, pues en aquella época histórica las necesidades de comunicación de la sociedad estaban bien cubiertas por el telégrafo, cuyo desarrollo, sobre todo en lo que a infraestructuras se refiere, estaba en pleno apogeo.

La pugna entre el telégrafo y el teléfono comenzó inmediatamente. La experiencia demostró la utilidad del telégrafo para la transmisión de grandes volúmenes de información (telegramas) entre estaciones distantes, actividad en la que siguió dominando durante cerca de tres cuartos de siglo más.

A diferencia de la comunicación interurbana, en el terreno del servicio urbano el teléfono se vió desde el principio como un instrumento de gran utilidad. Con la industrialización en marcha a finales del siglo pasado, creció el tamaño de las ciudades y la necesidad de disponer de un medio de comunicación distinto al telégrafo para determinado tipo de relaciones: comerciales, personales, etc. En este rango de las distancias cortas, en las que los problemas del servicio telefónico estaban resueltos desde el principio, el teléfono triunfa y su empleo se extiende por las grandes ciudades y, posteriormente, por las de cualquier tamaño.

Fundación Telefónica

Inicialmente, las comunicaciones telefónicas se establecieron entre dos puntos determinados, por ejemplo, el despacho de un financiero y el despacho de un político. Pero, en cuanto creció el número de usuarios distribuidos en una pequeña zona, que querían tener la posibilidad de comunicarse entre sí, surgió la necesidad de establecer sistemas de conmutación, que en los primeros tiempos eran manuales. En paralelo con este proceso de desarrollo, aparecieron las primeras compañías telefónicas encargadas de administrar este tipo de comunicaciones y de planificar, instalar y mantener la infraestructura técnica necesaria para hacer posible el servicio telefónico. Surge así el concepto de abonado, que permite al usuario disfrutar del servicio de la compañía telefónica correspondiente.

En cuanto a los usos del teléfono a principios del siglo XX, según una encuesta de la época los hombres lo usaban fundamentalmente por motivos profesionales, mientras que las mujeres lo hacían para conversar con sus padres y conocidos, para citarse, para realizar compras y para aspectos de prevención en casos de urgencias.

A medida que iba creciendo el número de abonados al servicio telefónico, fue necesario agruparlos geográficamente en centrales e interconectarlas para que todos los usuarios pudieran comunicarse entre ellos. La complicación de la red telefónica trajo consigo la necesidad de identificar a los abonados, con números cada vez más largos compuestos por la identificación de la central de la que dependían y de su número particular dentro de ella.

Durante el resto de la historia del teléfono, los principales avances se han dado en los sistemas de interconexión y de conmutación, que se han ido sofisticando y automatizando. En la segunda mitad del siglo XX, la aparición de la electrónica ha permitido la miniaturización de todos los dispositivos que toman parte en una conversación telefónica, lo que ha supuesto una gran mejora en cuanto al tamaño, la fiabilidad y las prestaciones de las centrales de conmutación.

En las últimas décadas han entrado a formar parte del mundo del teléfono las aplicaciones informáticas, que han permitido la aparición de una nueva generación de sistemas de conmutación digitales, que ofrecen al usuario muchos otros servicios que van más allá de lo que es la telefónica básica. Los satélites de comunicaciones, los cables transatlánticos, las fibras ópticas y otras muchas tecnologías avanzadas se han instalado también en las infraestructuras telefónicas, de forma que hoy en día es posible desde grandes zonas del mundo la comunicación instantánea por voz con casi cualquier rincón del planeta.

El uso del teléfono en el entorno doméstico

Durante los últimos años se han realizado numerosas encuestas para conocer las costumbres del uso telefónico en el entorno doméstico. Entre todas ellas, vamos a hacer referencia a un conjunto de ellas desarrolladas en Francia durante la década de los 80, que pueden servir perfectamente para mostrar cómo se usa el telefono desde el hogar.

Según estas encuestas, más del 40 por ciento de los franceses afirman recibir, en valor medio, menos de una llamada telefónica por día, mientras que el 8 por ciento de ellos recibe tres o más llamadas diarias. Las cifras son bastante parecidas en cuanto a la generación de llamadas. Esto indica una concentración del uso del teléfono en determinados grupos

Fundación Telefónica
Telefónica

minoritarios. Lógicamente, en lo que se refiere a llamadas de larga distancia las cifras caen notablemente, ya que el 85 por ciento de los encuestados recibe dos o menos comunicaciones a la semana y sólo el 3,7 por ciento alcanza la cifra media de más de una llamada diaria. En este apartado se puede decir que cerca del 43 por ciento de los abonados franceses nunca reciben ni generan llamadas de larga distancia.

Respecto al tipo de llamadas desde el hogar, el usuario doméstico francés emplea el teléfono, en primer lugar, para mantener largas conversaciones con su familia y amigos, sobre noticias de actualidad, apoyo moral, temas intrascendentes, consejos, etc. En segundo lugar el abonado francés emplea el teléfono para llamadas cortas a la familia y a los amigos (invitaciones, informaciones rápidas, etc.) y en tercero para comunicarse con la Administración y con determinados servicios no públicos.

Entre los hechos curiosos que se derivan del análisis de los datos obtenidos en las encuestas francesas destacan dos. El primero de ellos es que las personas que viven solas hacen bastante más uso del teléfono (entre el doble y el triple del empleo que hace una persona insertada en una unidad familiar). El segundo se refiere a que las mujeres utilizan el teléfono más del doble que los hombres. Los autores de los estudios y las encuestas que arrojan este resultado lo justifican porque la mujer está un mayor número de horas presente en el hogar, por su mayor protagonismo en las tareas de gestión doméstica y de mantenimiento de las relaciones familiares y porque socialmente se tiende a que sea siempre la misma persona la que coge el teléfono cada vez que suena, y esta persona suele ser la mujer en más del 75 por ciento de los casos.

La actividad telefónica individual y privada de las personas no acaba en el hogar, sino que se extiende de forma importante al lugar de trabajo, en la mayor parte de los casos consentida pero no autorizada por los responsables de las correspondientes empresas o instituciones. Los datos sobre este tipo de comunicaciones muestran que el número de llamadas particulares en el trabajo se mantiene constante en valores absolutos, lo que hace que las personas que hacen frecuentemente llamadas profesionales tengan una baja proporción de uso privado, mientras que los que llaman poco tienen una alta proporción de uso personal.

El entorno doméstico es un buen ejemplo de todas las peculiaridades que tiene el uso del teléfono para comunicaciones de todo tipo y la multiplicidad de estudios de todo tipo que se pueden abordar. El teléfono, que pudo iniciar su andadura histórica siendo un electrodoméstico más presente en el hogar y en el lugar de trabajo, se ha convertido por su extensión y por sus posibilidades en un instrumento de comunicación social con una rica gama de aportaciones al desarrollo individual y social de las personas.

Hessische Blätter Für Volks-Und Kulturforschung. Telefonieren, Marburg (Alemania), Jonas Verlag, 1989.

Dossier Histoire des Télécoms, París, Reseaux-Cnet núm. 49, septiembre-octubre 1991.

P. Flichy, Une histoire de la communication moderne, París, Editions La Découverte, 1991.

Fundación Telefónica
Telefónica

Exposición histórica de las telecomunicaciones, Madrid, Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones, 1990.

R. Lauraire, Le téléphone des ménages français, París, La Documentation Française, 1987.

Fundación Telefónica
Telefónica