

# La *Performance* emocional de la ubicuidad.

¿Dónde estoy cuando hablo por teléfono?



## **Simone Belli, Ph.D.**

Investigador Postdoctoral en la Universidad Autónoma de Madrid. Doctor en Psicología Social por la Universidad Autónoma de Barcelona.  
simone.belli@uam.es.

## **Resumen**

El texto explora las relaciones que la presencia y el uso de los teléfonos móviles establecen en la sociedad actual. El estudio está basado en los resultados derivados de relatos personales. Con el análisis de esas versiones se intenta responder a la pregunta central que se hacen los investigadores al respecto: ¿dónde estamos cuando hablamos por teléfono? El material utilizado es producto de la participación en un seminario realizado en España y en el cual se ha tratado de explicar la relación personal con el móvil. El énfasis en el estudio está orientado al análisis de las emociones vinculadas al uso de tales dispositivos de comunicación.

## **Palabras clave**

Emociones,  
*Performance* emocional  
Ubicuidad  
*Membership categorization analysis*  
Discurso

Recepción: 01 de febrero de 2010 | Aceptación: 20 de octubre de 2010

# Where am I when I'm on the phone? The emotional performance of ubiquity

## Abstract

This paper explores the relationships between the use and presence of mobile phones and today's society from the results of a study based on personal accounts. With the analysis of these accounts we try to answer the question: where are we when we talk on the phone?

We have used as analysis material personal accounts where the participants of a seminary have tried to explain their relationship with their mobile phone. This paper emphasizes the analysis of emotions related to the use of mobile devices.

## Key words

Emotions  
Emotional performance  
Ubiquity  
Membership categorization analysis  
Discourse

## Introducción



El estudio que aquí se expone sobre las relaciones que la presencia y uso de los teléfonos móviles establecen en la sociedad actual se realizó a partir de los relatos personales de los participantes en el seminario “TIC y Jóvenes. Los usos sociales de las tecnologías de relación. Prejuicios frente a prácticas cotidianas”, llevado a cabo en España en 2008. Se trata de responder a una pregunta central para los investigadores sociales: ¿dónde estamos cuando hablamos por teléfono?

Desde que el teléfono móvil apareció y se integró en nuestras vidas cotidianas lo incorporamos como parte de nosotros mismos; en la mayor parte de los casos, lo primero que hacemos al despertarnos y lo último, antes de acostarnos, es mirar la pantalla de nuestro móvil.

En nuestras investigaciones sobre el uso de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de usuarias de locutorios y *cibercafés*, hemos entendido cómo estas tecnologías son fundamentales en la vida cotidiana de cada individuo. En tal sentido, hemos puesto el énfasis en el análisis de las emociones relacionadas con el uso de estos dispositivos móviles (Lasén, 2006).

Este artículo es el primero de una serie donde analizamos la relación entre emociones y TIC (Belli, Íñiguez, 2008; Belli, Harré e Íñiguez, 2009; Belli, Feliu, Gil-Juárez y López, 2009; Gil-Juárez, 2004). En su primera parte definimos el marco teórico de la *performance* emocional (Belli, Harré e Íñiguez, 2009). Esta *performance* es posible entenderla a través de las acciones que los usuarios describen a lo largo de sus relatos. La particularidad de esta perspectiva teórica encuentra su herramienta ideal de análisis en la metodología que utilizamos: el *Membership Categorization Analysis* (MCA).

En la segunda parte, con base en los estudios sobre el uso social como movilidad de dispositivos móviles, ha sido posible entender de qué manera actúa en nuestros discursos cotidianos la *performance* emocional de la ubicuidad. Con esta orientación, el trabajo intenta “dibujar” esta *performance* emocional que cumplimos y realizamos en nuestros relatos cotidianos al considerar el uso que hacemos de las TIC.

## 1. Marco teórico

### 1.1 Emociones, discurso y tecnología

En nuestros estudios sobre las emociones y el lenguaje hemos advertido la necesidad de reconceptualizar las emociones y lo íntimo

prescindiendo de un tratamiento tradicional o clásico. Ello, debido a que el contexto tecnológico actual ha originado nuevos significados y allí puede constatarse la aparición de nuevas emociones y maneras de nombrarlas que antes no existían. Dicho sintéticamente, cuando tratamos de analizar las emociones que se producen en el acercamiento que realizan las personas a las nuevas tecnologías, descubrimos que necesitamos de nuevos términos para definir las y caracterizar las nuevas maneras de experimentarlas. En congruencia, sostenemos que el estudio de las emociones, para que sea inteligible, solo es posible enfocarlo a través del análisis del lenguaje (Belli e Íñiguez, 2008) y mediante constructos que nos permitan indagar sobre las nuevas maneras como se manejan las emociones y, al tiempo, acceder a la emergencia de emociones nuevas.

En efecto, tratar de entender cómo las emociones cambian en el lenguaje natural y espontáneo de la vida cotidiana es el medio que permite acercarnos al estudio de la *performance*. Al analizar el lenguaje y el discurso podemos conocer cómo nuevos términos entran en la arena discursiva y, a la vez, cómo en nuevos ámbitos se van produciendo emociones originales. En los relatos tecnológicos, las emociones constituyen una *performance* (Butler, 1993) más del habla cotidiana. Lejos de ser emociones frías o congeladas (Illouz, 2007), aunque se expresen delante de la pantalla plana de un ordenador, estas emociones son cálidas, entusiastas y acogedoras. En efecto, la gente ríe, llora o se enfada, por ejemplo, mediante el uso del teclado; así, las historias de amor vía Internet están a la orden del día.

Solo en los últimos años se ha empezado a comprender que las emociones y las nuevas tecnologías pueden tener una relación muy estrecha: una madre inmigrante que, llorando, habla por teléfono con sus hijos y su familia que están al otro lado del océano; una joven inmigrante que “sale de fiesta” con sus amigos radicados en



su país de origen pero conectados por la Red; una conversación a través del *chat* entre jóvenes enamorados que se encuentran a mil kilómetros de distancia entre sí... constituyen algunos ejemplos del estrecho vínculo entre emociones y nuevas tecnologías.

Dichos ejemplos sirven para introducirnos en el tema de la *performance* emocional.

## 1.2 Breve introducción a la *performance* emocional

Invitamos a las lectoras, si tienen interés en profundizar en el tema de la *performance* emocional, a revisar nuestros anteriores trabajos (Belli, Íñiguez, 2008; Belli, Harré e Íñiguez, 2009). En este artículo solo mencionamos que en aquellos textos, a partir de los estudios postconstruccionistas de Judith Butler (1993, 1997), analizamos su concepto de *performance* para trasladarlo al campo de las emociones. Así que, en lugar de tratar la construcción o de-construcción de género, como nos propone Butler, nosotras entendimos estos relatos sobre género como un constructor totalmente emocional, porque una construcción identitaria de género se construye principalmente por un relato emocional. Es decir que el género es construido principalmente

por emociones. Emociones, en tanto en cuanto una variación continúa en el lenguaje, es decir, una iteración constante y progresiva, construida a través las acciones o actividades que el individuo relata. Según palabras de Turner (1979, 94), “Una *performance* es una dialéctica de flujo. Acción, conciencia y reflexividad”. Y es exactamente de la misma manera que nosotras nos acercamos al análisis de nuestras entrevistas buscando la acción, el movimiento o, como nosotras la entendemos, una espiral imaginaria que da origen a nuestra *performance* emocional.

Nuestros relatos emocionales son performativos en un sentido: la identidad que se pretende expresar es una fabricación constituida y sostenida a través de los signos corporales y otros medios discursivos (Butler, 2003).

Para describir esta «nueva» manera de acercarnos al tema de las emociones necesitamos una herramienta construida *ad hoc*, no precisamente “nueva”, que lleva modificaciones sustanciales respecto a la concepción originaria. Se trata de nuevas maneras de acercarnos a fenómenos inéditos. Así que, como hemos mencionado en la introducción, utilizamos en nuestro análisis de las entrevistas el *membership categorization analysis* (MCA).

No obstante, no ahondaremos en qué es y cómo se utiliza el MCA, <sup>1</sup> solo mencionaremos un aspecto básico para encontrar nuestra *performance* en el lenguaje: su principal preocupación, que nosotras también compartimos, al utilizar esta herramienta, es cómo la *membership category* está sujeta en algunos contextos a cambios a través de las acciones que nosotras como individuos hacemos en el momento de producir discurso. Por esta razón, tomamos como referencia el enfoque de

---

1 Para profundizar el MCA en su visión tradicional, consúltense Jayyusi (1984), Leudar y Antaki (1996), Nekvapil (1997), Nekvapil y Leudar (1998) y Sacks (1992, parte 1, lectura 6).

la herramienta denominada “la perspectiva de Manchester”.

Para los autores de la escuela de Manchester, las *membership categories* son claramente inferencias producidas por el lenguaje. Tales categorías son definidas a través de nuestro lenguaje por características determinadas. En algunos casos, estas categorías son claras y cristalinas, pero en otros casos no son tan obvias. Categorías básicas como, por ejemplo, “edad”, “religión”, “nación” están muy bien definidas y corresponden al primer grupo. Pero algunas categorías social-emocionales pueden, sin embargo, estar en el proceso de ser continuamente formuladas, así que su producción a través de expresiones lingüísticas no resultan tan obvias (Nekvapil, 1997)<sup>2</sup>.

Esto es así porque la *performance* emocional dibuja una espiral. No es posible hacer una fotografía de esta *performance* y estudiarla enjaulada, estática. Tenemos que dejar que evolucione, ver su trayectoria, apreciarla en el habla en actividad. Por ello, en nuestro análisis, nos centramos en el estudio de los verbos, de las actividades, de las acciones. En consecuencia, el resultado, al hacer un análisis de este tipo, es una espiral. Espirales continuas que sustituyen las líneas rectas y definidas de las relaciones entre sujeto y predicado. Espiral que se caracteriza y se constituye por los verbos que surgen a lo largo del análisis, elementos portadores de nuestra acción, de nuestra *performance* emocional.

---

2 Por lo tanto, hay una tensión o problema entre el uso de las categorías como se presentan y la enunciación de los participantes que perciben este cambio. Mantienen una misma categoría y la cambian a la vez, lo que, probablemente, son dos asuntos completamente diferentes cuando se varía una *membership category* en el habla; si este cambio no es significativo, simplemente se anula. Dicho fenómeno presupone la entrada de una nueva categoría o una manera diferente de denominar una ya existente. El problema es empírico pero se aprecia cuando una implica la atención y el uso inferencial de las *membership categories* gracias a los participantes que saben bien que algunos de ellos hacen este cambio (Leudar & Nekvapil, 2000,490).

## 2. La *performance* emocional de la ubicuidad

### 2.1 Contexto de análisis: ubicuidad en el espacio virtual

*Más señal en más lugares.*

AT&T (anuncio comercial transmitido en EEUU en 2007)

Una joven estadounidense se despide de su compañero durante el viaje que él realiza por Europa. La chica regresa a su casa mientras el chico sigue viajando por diferentes ciudades de ese continente. Durante sus estancias, el chico saca fotografías con su móvil y se las envía a su compañera. Los mensajes que ella recibe en su móvil son del tipo «Hola desde París», «Hola desde Londres», y en la foto respectiva aparece la cara del chico con un fondo característico de la ciudad aludida. En París es la *Tour Eiffel* y en Londres, el *Big Ben*. Es su único medio de comunicación, es la única manera de seguir en contacto, pero la chica sigue pensando en él, sigue triste y los mensajes que lee la ponen aún más melancólica. Una tarde cualquiera, la chica se sienta a la orilla de un río a pensar en él; en ese momento le llega un nuevo mensaje, una nueva foto de su compañero con el texto «Hola desde...» y en la foto aparece una chica sentada en un banco a la orilla de un río. ¡Es ella! ¡Qué sorpresa! Pero, ¿qué está pasando?, parece pensar ella. De improvisto aparece el chico con su mochila de regreso del viaje. Los dos acaban abrazándose. Una voz en *off* dice: «Más señal en más lugares».

Esta historia pertenece a un anuncio de una compañía telefónica de Estados Unidos e ilustra brevemente en qué consiste el tiempo y el espacio en nuestras nuevas vidas cotidianas. El móvil es el emblema para que esta relación haya durado. La señal, las barras que advierten que hay cobertura, es el instrumento que hace posible que esta relación siga funcionando en cualquier lugar del mundo por lejano que sea. Es una historia romántica que se

produce en Cyberia, pero a la vez real. Cyberia es esto, la posibilidad de vivir la propia vida en un espacio y un tiempo diferentes a los que hemos experimentado hasta ahora. Vivir este tiempo y este espacio con el auxilio de máquinas y con las relaciones, no siempre fáciles, que establecemos con estas.

Este entorno es denominado por Douglas Rushkoff (1995) como Cyberia, un espacio tecnológico constituido por la cultura posmoderna. En Cyberia, el individuo está emocionalmente implicado en el espacio construido a través del discurso. Y este espacio, caracterizado por la *performance* emocional de la ubicuidad, es una dimensión sin tiempo. Ese tiempo que siempre se «nos hace breve» y que tenemos que recuperar (Belli, Harré e Iñiguez, 2009, 20). En tal contexto, el tiempo, el espacio y el individuo son producidos recíprocamente (Lefebvre, 1991, 350).

«Yo no estoy en el espacio y en el tiempo, ni tampoco concibo el espacio y el tiempo, yo les pertenezco, mi cuerpo se combina con ellos y los incluye», explica Merleau-Ponty (1962, 140). La espacialidad del cuerpo no es un conjunto de puntos de estímulos que se encuentran en relación con otros objetos, una espacialidad de su posición, sino que se presenta como una actitud orientada hacia una tarea determinada, una espacialidad de situación (100). Ya que tiempo y espacio son dos cosas distintas pero inseparables, según Lefebvre (1991, 351), el estar presente en cualquier sitio se convierte en una dialéctica del habitar. La ubicuidad que nos ofrece Cyberia es revolucionaria para nosotros como seres humanos. Algunos todavía no se han acostumbrado a este cambio, a esta paradoja, pero hay que ser conscientes de que este cambio de espacio y tiempo está presente en nuestro día a día, en nuestras relaciones, en la calle, en nuestro barrio o en las plazas cosmopolitas de Cyberia.

El espacio de Cyberia, entonces, se produce dialécticamente (Borden, 2001, 108) y es el

espacio donde cohabitan nuestros actores que se intercambian mensajes. Es el espacio que ocupan cuando comunican sus emociones a través del móvil. Y es el espacio donde nosotros mismos nos encontramos cotidianamente.

## 2.2 ¿Dónde no estamos cuando hablamos por teléfono?

Para contestar a esta pregunta nos ayuda Baltasar Fernández-Ramírez (2010, 16): “No estamos en ninguno de los sitios, un ser incorpóreo que se está construyendo a caballo entre los escenarios del diálogo. Estamos en un «entre» virtual”. La barrera que divide el mundo *online* y el mundo *offline* muchas veces parece borrarse. Justo porque pasamos gran parte de nuestras vidas cotidianas a caballo entre estos dos mundos. Estamos en una Cyberia construida por el lenguaje. Pasamos a ser un actante compuesto por tú, tu entorno, el teléfono, los satélites, la otra persona, su entorno, unos cuantos procesos psicosociales y millones de cosas más.

Se entiende la ubicuidad con las nuevas tecnología, justamente, en esta ambigüedad entre espacio real y espacio virtual. Sobre todo, a partir del concepto de sensibilización al contexto donde está ubicado el usuario y hacia donde está mirando. Por esas consideraciones, en especial, el acoplamiento semántico consiste entre el espacio físico y el espacio digital con tal de definir la relación entre los espacios considerados y los objetos digitales, de tal forma que unos se ven complementados con los otros.

Así, la utilización de las TIC ha fomentado sin duda la movilidad. Cuando tratamos de llevar al extremo la movilidad y la sensibilidad al contexto, entonces nos acercamos cada vez más al concepto romántico de ubicuidad. De tal manera que esta *performance* emocional de la ubicuidad se está consiguiendo con dispositivos de computación cada vez más portátiles y redes de comunicación sin cables.

Otro aspecto de esta ubicuidad es la creciente complejidad contextual, los espacios de privacidad y de seguridad, públicos y privados a la vez, y la creciente variedad de dispositivos. Para recurrir a las mismas palabras de estos autores, no podemos limitarnos a utilizar solo la información sobre la ubicación de los individuos o de las cosas. Ni tampoco tratar solo ciertas propiedades del entorno ni tampoco solo las emociones vividas o añoradas cuando se usan las TIC. La ubicuidad permite despegarnos del escritorio y, en consecuencia, nos habilita para nuevas situaciones. La privacidad en estos entornos está puesta en discusión en tanto que, cuando buscamos la ubicuidad, queremos que las TIC estén a nuestro servicio, pero, para cumplir tal tarea, se debe conocer muchas cosas sobre nosotros, quizá demasiadas. Así que la información se divide entre pública y privada. ¿Pero cuál es una y cuál es otra? La componente psicosocial que esta emoción de la ubicuidad ofrece es especialmente significativa. Las relaciones afectivas y sociales de nuestras relaciones en la «calle» las seguimos buscando en los entornos virtuales.

La “ubicuidad” es una nueva *performance* emocional que posee un carácter definitorio y que da cuenta, precisamente, de que es una *performance* emocional y no una mera magnitud física. En efecto, la “ubicuidad” debe entenderse como encarnada en la figura de un *ciborg*, en la medida en que las nuevas tecnologías constituyen una extensión del propio cuerpo. No obstante, pese a que la figura del *ciborg* suele aparecer asociada a lo *unemotional* y a la frialdad que inspiran las máquinas, lo cierto es que la *performance* de la ubicuidad actúa transformando al usuario de las nuevas tecnologías en un mutante ya que los dispositivos tecnológicos son metabolizados para añadirse a su cuerpo como si fuesen otros órganos que también lo constituyeran.

## 2.3 Análisis. La *performance* emocional de la ubicuidad

En este apartado, para poder contestar a la pregunta inicial que nos planteamos —¿dónde

estamos cuando hablamos por teléfono?—, surgida después de acercarnos a los estudios de Amparo Lasén (2006), trabajaremos varios extractos relacionados con las implicaciones del uso y de la presencia de los teléfonos móviles con base en los resultados de un estudio de relatos personales.<sup>3</sup> Los relatos analizados se centran en la relación que los informantes han establecido y tienen con el móvil, desde su primera aparición en el mercado hasta la actualidad. En tales narraciones, los individuos se describen a través del uso que han hecho del móvil en su vida, sobre todo en la manera como este uso ha modificado sus costumbres sociales.

A lo largo del análisis siguiente nos hemos detenido a examinar cómo surgía una nueva *performance*, la cual definimos como *performance* emocional de la ubicuidad. Esta, como veremos, concibe el espacio público como en continuo movimiento, en continua evolución, contestando a la pregunta inicial. Consideramos esta *performance* estrictamente relacionada con el espacio, y este espacio ligado estrictamente al discurso y producido a través de él. Reconocemos estas producciones lingüísticas como nuevas emociones que entran en la arena discursiva, y que nos ayudan a entender los espacios emocionales de uso de las nuevas tecnologías. Percibimos este espacio emocional, no como un objeto con una función predeterminada sino constituido a través de los discursos y las prácticas de la vida social (Foucault, 1966), en cuanto a que este espacio no es un objeto sino un proceso (Borden, 2001, 21).

En el concepto de *performance* encontramos un “instrumento” válido para explicar cómo ha evolucionado, evoluciona y evolucionará la emoción de la ubicuidad en el habla cotidiana, siempre relacionada con el uso de los móviles, como se puede apreciar a continuación:

---

3 Tales relatos se pueden encontrar en nuestra página web: <http://psicologiasocial.uab.es/joventic/es>.

### Extracto 1

**Línea 33:** Entonces lo que nos ayuda mucho es un teléfono que marcas

**34:** Te comunicas, cuando tu quieras, a la hora que quieras

### Extracto 2

**335:** Junto con ese móvil comencé una relación de pareja

**336:** muy importante en mi vida y me encantaba guardar todos

**337:** mos SMS especiales que nos mandábamos en un archivo

**338:** especial, en nuestro archivo.

### Extracto 3

**365:** Aunque actualmente me acompaña a todas partes es un

**366:** móvil sencillo que suelo utilizar para contactar con

**367:** mis amigos que están lejos de donde yo vivo, y estar

**368:** localizada en todo momento como todo el mundo hoy en

**369:** día.

Actividades como marcar, comunicar, mandar, guardar, acompañar, utilizar, contactar, localizar, etc. que aparecen en estos tres primeros extractos nos ayudan a dibujar nuestra espiral de la *performance*. Todas, son actividades que tiene que ver con la relación que establecemos con los demás, y con cómo la utilización de esta tecnología nómada (Lasén, 2006) nos permite sentirnos ubicados; como dice la persona mencionada arriba: “localizada en todo momento como todo el mundo hoy en día”. Construimos un espacio adecuado a través del lenguaje donde podemos encontrar un lugar significativo para compartir experiencias, sentimientos y emociones. Hasta guardar los mensajes de texto que nuestro amado o amada nos envía, como los dos jóvenes del anuncio.

El uso del móvil nos permite ubicarnos en todos los sitios al mismo tiempo, estar cercanos, próximos

a personas muy lejanas en el espacio. Por esta razón, a lo largo del análisis, se ha perfilado como nueva emoción. La *performance* emocional de la ubicuidad remite siempre al individuo que todo lo quiere presenciar y que vive en continuo movimiento. Pensamos en este individuo como aquel chico del ejemplo inicial, en viaje por Europa, que envía las fotos a su compañera. Y todos estos textos, estos mensajes, se guardan en un lugar especial, un archivo especial.

Este individuo en continuo movimiento es el elemento constituyente de esta *performance* emocional que viene definida y se alimenta a lo largo del análisis en relación con diferentes acciones. Como el sentirse cercano a las personas que queremos estando en todos los sitios al mismo tiempo: “cuando tú quieras”, “a la hora que quieras” (Extracto 1, línea 34) o enviar fotos de los diferentes sitios en que nos encontramos por nuestro móvil a la persona que queremos.

#### Extracto 4

- 127: 04:00 h SMS. Él: “te quiero, eres lo más bonito que me
- 128: ha pasado”. 05:00 h SMS. Ella: “gracias niño, voy a
- 129: soñar contigo toda la noche”. 22 años antes. Él nació y
- 130: ella también, pero no había cobertura suficiente para
- 131: llamar a toda la familia y contar ese momento tan
- 132: bonito. Tuvieron que esperar. Conclusión: Mi relación
- 133: con los móviles y con las TIC me da miedo por lo rápido
- 134: que se pueden expresar las emociones.

En este extracto encontramos otra *performance* emocional que apareció en un anterior trabajo (Belli, Harré e Íñiguez, 2009), la de la velocidad. Esta *performance* está estrictamente relacionada con la de la ubicuidad. Los móviles hacen posible la comunicación de nuestras emociones a los demás de manera rápida, no importan dónde se encuentren.

En cualquier lugar es posible contactar con quien queremos tener a nuestro lado en un determinado momento. No hay que esperar ningún momento más, todos están a nuestro alcance. Entendemos el uso que hacemos de estas nuevas tecnologías como una extensión del propio yo. Podemos confirmar que el móvil crea las condiciones para sentirte emocionalmente implicado en todos los sitios en todo momento. El joven que envía una foto de la *Tour Eiffel* a su compañera, con la frase «Hola desde París», implica emocionalmente a estos dos jóvenes enamorados. Y los implica también para lo bueno y para lo malo:

#### Extracto 6

- 83 C: Además que tengo una clave que me dieron en el trabajo para que
- 84: yo pueda acceder en cualquier sitio. A mi correo y poderlo
- 85: verlo, que a lo mejor yo estoy fuera y sale un tema urgente y puedo
- 86: responder y poder contestarlo estando a dos mil kilómetros. Yo creo
- 87: que son cosas, bueno

Estamos ubicados donde queremos, pero no para hacer solamente las cosas que queremos. La ubicuidad es una *performance* emocional en cuanto a que su aspecto varía continuamente. Antes decíamos para lo bueno y para lo malo. Al estar en cualquier sitio, el tema urgente de que nos habla la persona que relata en el Extracto 6, línea 85, se te acerca en cualquier momento. Pero, por la misma razón, puedes estar en cualquier sitio y puedes trabajar donde tú quieras, estar ubicado implica que no te tienes que alejar del trabajo y de los “temas urgentes”. Según Lasén (2006, 160):

[Llevamos] los móviles «incorporados», siempre encima, siempre abiertos. Abierto se utiliza como sinónimo de encendido, que expresa bien la accesibilidad a los demás que proporciona el móvil, abierto a comunicaciones, informaciones, sorpresas, encuentros, abierto al control ajeno también. El móvil acompaña en permanencia a sus dueños, cercano a sus cuerpos.



O, lo que es lo mismo, estás continuamente ubicado en el bien y en el mal: ubicuidad, entendida como *performance* emocional que continúa variando entre estos dos aspectos. Bien para estar con tu familia o tus amigos cuando quieras (Extracto 1) y mal para los temas urgentes y el trabajo (Extracto 6, línea 85; Extracto 8, línea 180).

#### Extracto 7

- 121:** Claro [...] es una necesidad [...] algo que tu necesitas [...] hablar [...] cualquier hora que tu [...] a la
- 122:** que quieras [...] eso te digo porque me pasa a mí [...] por ejemplo [...] hoy que estoy contigo me
- 123:** apetece [...] y llamo [...] a casa y le puedo contar a mi madre[...] mira [...]

#### Extracto 8

- 180:** Los productos de la empresa, controlados en cualquier momento los
- 181:** puedes ver, y después lo que, otros departamentos como el comercial [...]

Esta necesidad de estar conectado en cualquier momento, de estar siempre disponible en cualquier sitio, es una continua *performance*. Una iteración continua, en cuanto a que no podemos vivir sin este acto, no podemos concebir la vida social hoy en día sin conexión continua.

La *performance* emocional de sentirse ubicado es una iteración continua y constante del individuo en busca de la señal, o simplemente de intentar contestar a la pregunta para la localización continua y constante (Extracto 9, línea 533), “¿dónde estás?”:

#### Extracto 9

- 533:** Me sigue molestando esa pregunta cotidiana: ¿dónde estás?
- 534:** Pero bueno, no es móvil. Por tanto la pregunta
- 535:** debería ser: ¿estás? O mejor, ¿me escuchas? Sigo sin
- 536:** tener móvil personal. Sigo sin necesitarlo (quizás

- 537:** sea esto, por tenerlo profesional) y no por resistencia
- 538:** numantina ni por prejuicios. Más sencillo: por
- 539:** deslocalización. Es todavía un placer al que no he
- 540:** renunciado, al menos todavía, perderse. Vamos, que no
- 541:** te encuentren y entre tanto, pues, mira, le dan a uno
- 542:** tiempo para buscarse.

La situación se presenta al estar contestando continuamente qué sitio ocupamos físicamente, cuando lo más lógico sería compartir un mismo lugar virtual con el propio interlocutor y aceptar que seguimos una conversación con alguien que, evidentemente, no ocupa el mismo sitio en aquel determinado momento. Muchas veces, sin embargo, intentamos escapar también de este espacio virtual, des-localizándonos, por ejemplo, “por deslocalización” (Extracto, 9, líneas 538-539). Para el informante, esta deslocalización es muy importante, es un placer, forma parte de su propia *performance* emocional. El placer de perderse, que no te encuentren. Este placer de no poseer un móvil, ese rechazo, según Lasén (2006, 159), está relacionado con evitar ciertos controles conyugales, laborales e institucionales.

#### Extracto 10

- 68:** Mi novia
- 69:** no vivía en la misma ciudad que yo y ante el atraco constante de
- 70:** telefónica y sus cabinas, decidí adquirir un móvil.

La acción de mantener una relación entre dos ciudades, como pasa en el anuncio, es una emoción en continua evolución, una *performance*, continua e incremental. Esta ubicuidad solo se construye y de-construye a través de una señal que no se ve, imaginaria y «líquida» (Bauman, 2006), o mejor, una conexión que «existe» en el aire. Es un poco la metáfora que nos permite explicar esta *performance* emocional.

La ubicuidad puede ser entendida como el espacio virtual de Cyberia: puedo estar en todos los sitios gracias a mi *blackberry*, por ejemplo. El chico que viaja por Europa puede enviar fotos gracias a la señal, más señal. Va cambiando, no solo como emoción sino como espacio. El contactar con amigos que viven fuera, comunicar con los demás, enviar el mensaje multimedia a la compañera...

Ahora puedes contactar con personas, con conocidos que ya no viven en tus cercanías, pero a quienes necesitas. Te surge la necesidad de hablar con ellos, de contarles lo que te está pasando, tu vida del día a día, las ciudades que estás visitando a lo largo de tu viaje por Europa, por ejemplo.

Esta es una de las emociones posibles a partir de la relación con el teléfono móvil. Porque también a nivel virtual es posible encontrar espacios emocionales que representan el donde nuestro yo está cuando hablamos por teléfono. Donde dos personas lejanas se encuentran y están en un lugar virtual, pero pareciera que de tal encuentro, en aquella *performance*, se creara un lugar físico, una formación de lugar, que permite el traslado de los dos; es la potencia de esta *performance* emocional de la ubicuidad. Este entorno virtual, totalmente construido por el discurso. Podemos entender este entorno como algo que está continuamente conectado con cualquier cosa.

### Extracto 11

- 328C:** El único inconveniente es la distancia, porque a veces hablas con
- 329:** gente de otras ciudades, que a lo mejor le, te gustaría, que es en
- 330:** la misma ciudad, en tu ciudad para poder ir al cine, a un teatro, a
- 331:** tomar una cerveza, a cenar o hacer unas actividades, pero
- 332E:** pero estando en otra ciudad, en otro país, claro, las distancias
- 333C:** claro, hay por una parte una ventaja que tú, pues, relacionándote
- 334:** con esta persona, más de prisa, a más velocidad, pero es un medio
- 335:** más frío [...]

La ubicuidad también tiene otra clase de problemas. Como *performance*, se entiende la aproximación y la formación de lugares en cuanto tal, permitiendo borrar distancia, pero solo de manera virtual, como decíamos más arriba. La distancia física siempre queda. Es solo gracias a la *performance* emocional de la ubicuidad que parece borrarse, y es por esto que la concebimos como una *performance*. Pero en el momento de buscar un abrazo, una mirada, algo físico, dicha *performance* de la ubicuidad parece desaparecer.

La joven sentada en el banco que mira al lado del río es consciente de eso; sabe que su compañero está al otro lado del mundo y los mensajes que recibe desde París y Londres no hacen más que confirmar esta distancia física entre los dos. El uso de las TIC nos acerca y en cierta manera es verdad, como hemos podido averiguar en los extractos precedentes, pero al final estamos cercanos a los demás a nivel comunicativo, de lenguaje, de caracteres digitados por un teclado (Hola desde París); sin embargo, a veces hace falta en esta ubicuidad, en esta aproximación, un contacto, una mirada, un abrazo.

Es una *performance* emocional por esta razón; parece borrar las distancias entre nosotros y los demás pero, de repente, vuelve la distancia en su totalidad. Esta distancia que se borra puede producir una vasta gama de emociones en el individuo (la joven parece sentirse melancólica), pero solo a través del lenguaje podemos comprender lo que está pasando. Y este borrarse las distancias siempre viene definido según esta *performance* emocional de la ubicuidad.

### Extracto 12

- 340E:** Es verdad, es verdad, sí, sí. Parece que estás más cerca y
- 341:** después
- 342C:** cortas
- 343E:** evidencias más la distancia [...]

En este extracto, la *performance* emocional de la ubicuidad se entiende en su plenitud. El parecer más cercano a una persona después se convierte en todo lo contrario: “evidencia más las distancia” (Extracto 12, línea 343). La joven que recibe el mensaje con la foto de su compañero es consciente de esta distancia. Una ubicuidad que se corta en el momento en que se quiere pasar de lo virtual a lo real. Se descompone, se de-construye. Una *performance* en el momento en que se trata de ponerse en otro sitio, va cambiando la distancia, se construye y se de-construye a la vez, siempre de manera totalmente emocional.

La comunicación es la actividad que posibilita al usuario de las TIC producir discursivamente esta *performance* emocional de la ubicuidad. La *performance* de la ubicuidad se encuentra en el acto de comunicar con los demás: familia, amigos, conocidos que viven fuera, en su país de origen, tan distante de donde viven ahora. La actividad de comunicar permite esta *performance*. La comunicación facilita el aproximarse, estar en el aire y formar lugares. El uso de las TIC en este sentido es lo que constituye la emoción de la ubicuidad.

## Conclusiones

Nosotras entendemos la *performance* emocional de la ubicuidad como una emoción nueva, en cuanto a que solo, gracias a las nuevas tecnologías, el individuo puede estar siempre ubicado donde desea y con quien quiere, localizarse o no en varios sitios a la vez. Recordemos por un instante los dos jóvenes que viven su relación mediante el móvil, con el envío de mensajes multimedia.

Por supuesto, también esta *performance* tiene su aspecto negativo: los demás te pueden ubicar cuando quieran, el propio jefe para temas de trabajo, por ejemplo. Se trata de una emoción ambivalente en el sentido en que ubicas a gente y lugares, pero también, continuamente, podrás ser ubicado con facilidad. No es posible perderse con las TIC, y no es posible desconectarse de la señal del móvil presente en «más lugares». Más señal en más lugares, para lo bueno y para lo malo.

Esta *performance* genera una situación tal que todas las horas son susceptibles para trabajar. Las conexiones inalámbricas permiten conectarse en cualquier lugar en todo momento. La ecuación de la sociedad contemporánea es clara: conexión = adentro = vida; desconexión = afuera = muerte. El tiempo desaparece en esa vorágine de conexiones en tiempo real. La velocidad a la que se mueve la tecno-máquina del saber contemporáneo ha comprimido el tiempo. Si el progreso técnico hacía pensar en una disposición del tiempo a la carta para desarrollar los diferentes aspectos de la vida, lo que ha ocurrido ha sido la compresión de ese tiempo. La conectividad no ha flexibilizado el trabajo y la producción sino que la ha fragmentado en infinidad de momentos esparcidos por el tiempo y el espacio físico (Lazzarato, 2006, 33). El espacio y el tiempo emergen como una producción social, material e ideológica, totalmente producida por el discurso (Lefebvre, 1991, 81). Una continua *performance* emocional.

La joven que otea el horizonte, sentada en el banco al lado del río, es consciente que su compañero está al otro lado del mundo y esos mensajes que recibe desde París y Londres no hacen más que confirmar esa distancia física entre los dos. El uso de las TIC nos acerca pero al final estamos cercanos a los demás a nivel comunicativo, de lenguaje, de caracteres digitados en un teclado (Hola desde París). No obstante, en esta ubicuidad, en esta aproximación, a veces hace falta un contacto, una mirada, un abrazo. Sentimos la necesidad de meter el cuerpo en el lenguaje. Por eso es una *performance* emocional que parece borrar las distancias entre nosotros y los demás, pero a la vez, de repente, vuelve a estar presente la distancia en su totalidad.

El individuo percibe ya las nuevas tecnologías como partes de sí mismo, como prolongaciones que le posibilitan relacionarse con los demás. Lloramos o reímos delante de una pantalla plana, pero es como si llorásemos o riésemos con la persona que está en el otro lado de la pantalla, nuestro hijo o los amigos. Lo hacemos todo a través del lenguaje. Una serie infinita de emociones. Lo que decimos constituye una *performance* emocional. Y la ubicuidad está siempre presente en esta relación, es una constante en este uso que hacemos de las nuevas tecnologías. Tal ubicuidad nos permite entender que estas son máquinas, extensiones del propio cuerpo, y al verlas como partes integrantes de nuestro propio cuerpo ya no las consideramos máquinas. El móvil es parte esencial de la relación entre los dos jóvenes del anuncio publicitario inicial. Ya no es máquina, es parte sustancial de la vida cotidiana de esta chica estadounidense y de este chico en viaje por Europa. Hacen del móvil una extensión de su cuerpo, controlado por su alma.

Actualmente nadie pone en duda que el uso de las nuevas tecnologías comporta el acceso a novedosas experiencias. Sin embargo, lo que ya no resulta evidente es si, al referirnos a experiencias, todos estamos aludiendo a lo mismo o incorporamos las mismas dimensiones. En efecto, cuando hablamos de experiencias en relación con las nuevas tecnologías no solo incluimos las prácticas exclusivamente intelectuales o cognitivas sino que, de manera destacada, deben incorporarse también las experimentaciones emocionales. Ello es así porque, como hemos dicho reiteradamente, el ámbito de las nuevas tecnologías es un campo donde están irrumpiendo nuevas emociones que requieren ser analizadas y comprendidas. Se trata de emociones inseparablemente unidas al uso de los dispositivos tecnológicos, cada vez más presentes en todas las esferas de nuestra vida.

Aunque pueda parecer forzada la analogía que hemos establecido entre nuevas tecnologías y nuevos órganos corporales, creemos que la vida cotidiana ofrece un sinnúmero de ejemplos y de situaciones donde los dispositivos tecnológicos son inseparables y constitutivos de las relaciones: una madre que marca un número y se comunica con sus hijos, una relación sentimental a distancia alimentada a través de mensajes multimedia o, simplemente, algo que no te deja solo. De hecho, los dispositivos tecnológicos son cada vez menos identificados como máquinas que como medio de relación y, en consecuencia, íntimamente ligados a las *performances* emocionales.

Así, es obvio que la irrupción de las TIC en nuestra sociedad ha hecho que los seres humanos no seamos quiénes éramos, y que nuestras maneras de relacionarnos actualmente hayan experimentado enormes y sensibles transformaciones. Sin embargo, que hayan cambiado nuestro mundo, nuestras relaciones y nosotros mismos no es responsabilidad de la tecnología. Por el contrario, no son las tecnologías las que han traído los cambios, sino que hemos sido los seres humanos los principales artífices del cambio. Dicho sintéticamente, los seres humanos cambiamos primero convirtiéndonos en individuos móviles y flexibles y han sido estas transformaciones las que impulsaron la construcción de estas máquinas de relación que son las nuevas tecnologías.

Cuando irrumpieron las nuevas tecnologías en nuestra sociedad esta ya había cambiado y estaba en disposición de incorporarlas a su funcionamiento. Con todo, la tecnología es mucho más que un conjunto de máquinas y dispositivos. Como todo producto social, las tecnologías revierten sobre la sociedad de modo que actúan construyendo formas vitales y existenciales novedosas que no solo reclaman nuestra incorporación a ellas, también suponen nuevos desafíos para la investigación. Como hemos intentado mostrar a lo largo de este trabajo, las emociones son uno de esos desafíos.

## Bibliografía

- AT&T. (2007). AT&T Worldwide Coverage Advert, <http://www.youtube.com/watch?v=dN9grplnKc4&feature=related>.
- Bauman, Zigmunt. (2006). *Liquid fear*. Cambridge: Polity Press.
- Belli, Simone y Lupicinio Íñiguez. (2008). "El estudio psicosocial de las emociones: una revisión y discusión de la investigación actual", *PSICO*, 2(39). Sao Paulo, pp. 139-151.
- Belli, Simone; Feliu, Joel; Gil, Adriana y López, Cristian. (2009). "Educación y sexualidad en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sexo y emociones delante de una pantalla plana", *Revista Transatlántica de Educación*, 6. Ciudad de México, pp. 103-115.
- Belli, Simone; Harré, Rom e Íñiguez, Lupicinio. (2009). "Emociones en la tecnociencia: la performance de la velocidad", *Prisma Social*, 3. Madrid, pp. 1-41.
- Belli, Simone; López, Cristian y Romano, Javier. (2009). "El mutante en la biblioteca de Alejandría. De la tinta al silicio, cuatro movimientos para una página que se vuelve pantalla", *Transatlántica de Educación* (VII). Ciudad de México, pp. 44-56.
- Borden, Ian. (2001). *Skateboarding, space and the city: architecture and the body*. New York: Berg Publishers.
- Butler, Judith. (2003). *Gender trouble. Continental feminism reader*. London: Routledge.
- Butler, Judith. (1997). *Excitable speech: a politics of the performative*. London: Routledge.
- Butler, Judith. (1993). *Bodies that matter. On the discursive limits of sex*. London: Routledge.
- Callen, Blanca y Francisco Tirado. (2008). "Sujeción y poder en el posthumanismo", *Política y Sociedad*, 3(45). Barcelona, pp. 93-107.
- Fenández-Ramirez, Baltasar. (2010). "El paso cambiado. Aceleración, urbanismo y postmodernidad", *Seminario de Construcción Social*. Almería: Universidad de Almería, pp. 1-16.
- Foucault, Michael. (1966). *Las palabras y las cosas*. México, DF: Siglo XXI.
- Gil-Juárez, Adriana. (2004). "El consumo como emoción. Rasgos afectivos de la sociedad del consumo", Adriana Gil-Juárez (ed.): *Psicología Económica y del Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: UOC, pp. 181-218.
- Illouz, Eve. (2007). *Cold intimacies. The making of emotional capitalism*. London: Polity.
- Jayyusi, Lena. (1984). *Categorization and Moral Order*. London: Routledge.
- Lasén, Amparo. (2006). "Lo social como movilidad: usos y presencia del teléfono móvil", *Política y Sociedad*, 2(43). Barcelona, pp. 153-167.
- Lazzarato, Maurizio. (2006). "Máquinas y subjetivación", <http://transform.eipcp.net/transversal/1106/lazzarato/es>. Barcelona (13 de julio de 2011)
- Lefebvre, Henri. (1991). *The production of space*. London: Blackwell Publishers.
- Leudar, Ivan & Charles Antaki. (1996). "Discourse participation, reported speech and research practices in Social Psychology", *Theory and Psychology*, 1(6). London, pp. 5-29.
- Leudar, Ivan & Juri Nekvapil. (2000). "Presentations of romanes in the czech media: on category work in television debates", *Discourse and Society*, 4(1). London, pp. 487-513.

Leudar, Ivan & Juri Nekvapil. (1998). "On the emergence of political identity in the czech mass media. The case of the democratic party of Sudetenland", *Czech Sociological Review*, 1(6). London, pp. 43-58.

Merleau-Ponty, Maurice. (1962). *The phenomenology of perception*. London: Routledge.

Nekvapil, Juri. (1997). *O komunikacním překonávání cesko-nemecké etnické polarizace*. Praha: Univerzita Karlova.

Nekvapil, Juri & Ivan, Leudar. (1998). "Emergence of dialogical networks and political identity in mass media. The case of Democratic Party of Sudetenland", *Slove a Slovesnot*, 59. London, pp. 30-52.

Rushkoff, Douglas. (2002). *Ciberia: life in the trenches of cyberspace*. Manchester: Clinamen Press.

Sacks, Harvey. (1992). *Lectures on conversation*. Vol. 1 & 2. Oxford: Basil Blackwell.

Turner, Victor. (1979). *Process, performance and pilgrimage: a study in comparative symbology*. Nueva Delhi: Nueva Delhi Press.