

EL TELÉFONO CELULAR Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

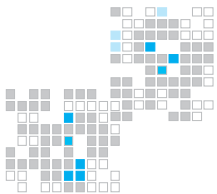
THE CELL PHONE AND THE CONSTRUCTION OF IDENTITY

O TELEFONE CELULAR E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE



Consuelo Yarto W.

- Doctora en Estudios Humanísticos con concentración en Comunicación y Estudios Culturales, graduada del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Profesora de cátedra del Departamento de Comunicación e investigadora asociada del Centro de Investigación en Comunicación de la misma institución.
- E-mail: cyarto@itesm.mx



RESUMEN

Aunque no puede establecerse una relación causal entre las tecnologías de información y comunicación y los nuevos modos de construir la identidad que emergen en la sociedad actual, sí puede argumentarse que tecnologías personales de comunicación, como el teléfono celular, promueven una manera particular de comportarse y de entender la propia identidad. La revisión de la literatura permite identificar cuatro aspectos en los que el celular incide en la identidad de los usuarios, la proyección de la imagen personal, el desarrollo de una personalidad autónoma, la construcción del yo y la elaboración de identidades colectivas, particularmente entre los jóvenes.

PALABRAS CLAVE: TELÉFONO CELULAR; IDENTIDAD; AUTONOMÍA; JÓVENES.

ABSTRACT

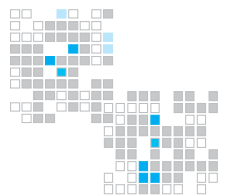
Although a causal relation cannot be established between information and communication technologies and the new ways for production of identity that are emerging in modern society, it can be argued that the use of personal communication technologies, such as mobile phones, stimulate a particular way of behaving and of understanding self-identity. The literary review allows identifying four areas in which the mobile affects the user's identity: the projection of the image, the development of an autonomous and independent personality, the self-construction, and the development of collective identities, particularly among young people.

KEYWORDS: MOBILE TELEPHONE; IDENTITY; AUTONOMY; YOUNG PEOPLE

RESUMO

Embora não seja possível estabelecer uma relação causal entre as tecnologias de informação e comunicação e os novos meios de construção da identidade emergente na sociedade de hoje, pode-se argumentar que as tecnologias de comunicação pessoal, como telefones celulares, promovem um jeito específico de se comportar e de compreender a própria identidade. A revisão da literatura identifica quatro áreas nas quais o celular afeta a identidade dos usuários: a projeção da imagem pessoal, o desenvolvimento de uma personalidade autônoma, a construção do “eu” e o desenvolvimento de identidades coletivas, especialmente entre os jovens.

PALAVRAS-CHAVE: TELEFONE CELULAR; IDENTIDADE; AUTONOMIA; JOVENS.



1. Introducción

La expansión acelerada del mercado de telefonía móvil a nivel mundial es uno de los fenómenos más destacados en el campo de la comunicación en las dos últimas décadas. De 11 millones de usuarios registrados en 1990 se pasó a 740 millones en el 2000 y cinco años después la cantidad se había triplicado alcanzando 2.14 billones; a finales de 2008 más de la mitad de la población tenía acceso a la tecnología, y en el 2009 alcanzó a dos terceras partes de la población mundial (ITU, 2008, 2010).

Las implicaciones económicas, sociales y culturales del fenómeno son diversas. El teléfono móvil no sólo afecta el desarrollo de estructuras sociales y actividades económicas (Castells, 2006; Castells, Fernández-Ardevol, Qui y Sey, 2007; Donner, 2008; Law y Peng, 2008; Overá, 2008), sino que cambia la naturaleza misma de la comunicación y de las relaciones sociales (de Gournay, 2002; Haddon, 2000; Licoppe y Smoreda 2005; Ling y Haddon, 2003; Ling y Yttri, 2002), modificando también la manera como se conceptualiza el sentido de lo público y lo privado (Höflich, 2005; Licoppe y Heurtin, 2002; de Souza, 2004, 2006) y como se construye la identidad personal (Fortunati, 2002; García-Montes, Caballero-Muñoz y Pérez-Álvarez, 2006; Katz, 2006; Katz y Sugiyama, 2006).

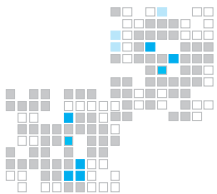
Es este último aspecto, la relación entre celular e identidad, el que se aborda en el presente trabajo. La relación resulta de especial interés si se considera el creciente número de personas que día a día adquieren un celular y lo integran en sus actividades cotidianas hasta convertir el aparato en parte de ellos mismos, en particular adolescentes y jóvenes quienes consumen y se apropian de la tecnología en una etapa de desarrollo en la que una de sus principales actividades, si no es que la más importante, es la construcción de su identidad.

El propósito del estudio fue identificar en la

literatura conceptos clave o categorías de análisis que permitan una aproximación a la manera como el celular contribuye a la construcción de la identidad de los usuarios, que sirvan como punto de partida para realizar estudios empíricos sobre el uso y apropiación del celular en los países de América Latina. Para ello se realizó una revisión bibliográfica de estudios e investigaciones procedentes en su mayoría de países europeos (Finlandia, Noruega, Italia, Inglaterra, España, Francia) y asiáticos (Japón, Corea), por ser las naciones donde se realiza la mayor parte de la investigación sobre el celular, dados sus altos índices de penetración. Se consideraron también algunos estudios realizados en USA, donde la adopción de esta tecnología ha sido inferior al del resto de las naciones desarrolladas, y China, que como parte de su expansión económica presenta un crecimiento sorprendente en el ámbito de la telefonía celular. La revisión evidenció la escasa investigación sobre el tema en México y Latinoamérica, lo que se refleja en el trabajo.

2. Celular e identidad

La aparición de las denominadas tecnologías de información y comunicación (TIC's) ha traído consigo profundas alteraciones económicas y sociales que han desembocado en lo que Giddens (1998) identifica como nuevos "estilos de vida". En el caso particular del teléfono móvil, éste ha impactado en la manera como los usuarios se comunican, se informan, se divierten, trabajan, consumen, se enamoran, expresan su activismo social y político o realizan sus prácticas religiosas, actividades todas que, en conjunto, los constituye como individuos. Y aunque resulta evidente que no puede establecerse una relación causal entre la tecnología y los nuevos modos de identificación que emergen en la modernidad tardía, sí puede argumentarse que el uso del celular, al igual que el de otras tecnologías: "favorece, promueve o fomenta una manera par-



particular de comportarse y de entender la propia identidad” (García-Montes *et al*, 2006, p.68), en la medida que la apropiación del mismo está ligada con significados asociados a elementos constitutivos de aquella como la edad, el género, la clase social o la autoimagen del sujeto.

La literatura permite identificar cuatro aspectos desde los cuales el teléfono móvil incide en la identidad de los usuarios: a) como elemento que se integra en su apariencia personal; b) como factor que promueve y posibilita el desarrollo de una identidad autónoma e independiente; c) como mediador en el proceso de construcción del *self*; y d) como símbolo identitario para la construcción de identidades colectivas¹.

2.1. El celular y la imagen personal

No parece excesivo afirmar que, hasta el momento, ningún otro medio o tecnología de comunicación ha permitido un proceso de identificación y personalización tan intenso como el que posibilita este dispositivo: el modelo, el color, la pantalla, los tonos, los adornos, los estuches, las configuraciones del aparato y la manera de exhibirlo, son todos indicios que remiten a la individualidad de su portador. El celular no es sólo una herramienta para interactuar con los otros, es también un medio de comunicación simbólica que dice cosas acerca de la persona (Barry y Yu, 2002; Katz y Aakus, 2002; Katz y Sugiyama, 2006) en la medida que se ha incorporado como parte de su imagen pública (Robbins y Turner, 2002).

El aparato se ha convertido en una de esas *Machines that become us* que señala Katz (2003), lo que remite a la idea de que el teléfono celular pu-

¹ Las categorías identificadas en la literatura con relación a la manera como incide el celular en la identidad de los usuarios emergieron en un estudio empírico posterior, que incluyó la aplicación de 320 encuestas y 12 grupos de discusión entre hombres y mujeres, jóvenes y adultos, de clase baja y alta, realizado como parte del trabajo de disertación doctoral de la autora.

ede ser visto como la representación personal en miniatura de su propietario. Al ser un dispositivo tan intensamente personal, que el usuario lleva junto a su cuerpo, termina por convertirlo en parte del *territorio personal* (Nafus y Tracey, 2002) y en ese sentido ayuda a reconocer y caracterizar a su dueño (Ling, 2004).

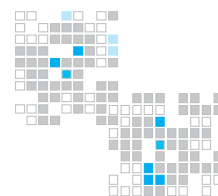
La aparición de las denominadas tecnologías de información y comunicación (TIC's) ha traído consigo profundas alteraciones económicas y sociales [...]

En el caso particular del celular, poseer un aparato adjudica al usuario una dimensión de dinamismo (Ling, 2002) y lo muestra como objeto de deseo y de interés comunicativo para los otros, actuando como un medio de promoción del sujeto (Gournay de, 2002; Ross, 1993). Incluso para algunos el celular es un accesorio que, al igual que las joyas, confiere valor a quien lo porta (Fortunati, 2002), por lo que se asocia con una imagen social positiva (Kim, 2002) y es visto como símbolo de estatus (Özcan y Koçak, 2003; Wei, 2006) y éxito económico (Schejter y Cohen, 2002).

Especialmente en el segmento juvenil, el teléfono móvil se constituye como un objeto fácil de interpretar que no sólo confiere reconocimiento a su poseedor (Skog, 2002), sino que le ayuda a proyectar su individualidad, su estilo de vida y su sentido de la moda (Barry y Yu, 2002; Okada, 2006, Oksman y Rautiainen, 2002), convirtiéndose en un texto cultural a través del cual el usuario proyecta aspectos de su identidad que asume como relevantes en su interacción con los otros.

2.2. Celular y autonomía

Además de relacionarse con la proyección de una imagen personal, la posesión de un celular se



enlaza también con un proceso de emancipación e independencia como parte de la construcción de una identidad autónoma. Ello resulta particularmente significativo en una etapa caracterizada por el debilitamiento de las instituciones tradicionales que, aunado al desarrollo de las tecnologías de comunicación personal (TCP), ha posibilitado que la interacción entre los individuos escape al control de las mismas. En ese contexto, el poder que éstas pierden para influir en los procesos de comunicación entre sus miembros se transfiere a los sujetos mismos, quienes toman el control de sus comunicaciones a través de tecnologías como el teléfono móvil.

La comunicación así generada es más horizontal e independiente, con implicaciones diversas para los ámbitos social y personal. En Bangkok, prostitutas y bailarinas utilizan el celular para concertar citas con clientes sin la intervención de los dueños de los negocios donde trabajan, convirtiéndose en empresarias potenciales (Plant, 2001); mientras en Japón, niños y jóvenes utilizan su *keitai* para entablar relaciones y realizar actividades fuera de la supervisión paterna (Matsuda, 2006;

En el caso particular de adolescentes y jóvenes, disponer de un medio de comunicación personal les permite construir redes de interacción que escapan al monitoreo y vigilancia de las figuras de autoridad (Habuchi, 2006; Ling, 1999, 2000, 2002; Ling y Yttri, 2002; Pertierra, 2005), pues son ellos como dueños del aparato quienes tienen el control sobre sus canales de comunicación. El celular les permite realizar llamadas o enviar mensajes de contenido inapropiado o en horarios restringidos, por lo que la comunicación a través del mismo puede ser vista como una práctica clandestina y en cierto sentido emancipadora (Ling, 2004) en la medida que les posibilita realizar actividades asociadas con los adultos.

Aunque para algunos adultos el teléfono móvil representa un elemento de mayor autonomía,

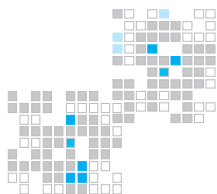
especialmente en el caso de grupos marginados como las mujeres o las personas discapacitadas (Katz, 2006), es principalmente entre los jóvenes donde la posesión del dispositivo propicia una mayor independencia y libertad, elementos indispensables para el establecimiento de una identidad diferenciada con respecto a la familia. Mediante la exhibición del aparato los jóvenes ejercen una independencia simbólica, y a través de las llamadas que realizan, una independencia *de facto*.

2.3. El celular y la construcción del yo

Resulta paradójico que la independencia que supone la pérdida de control por parte de las instituciones puede, al mismo tiempo, minar el sentido de identidad de ciertos individuos dando como resultado lo que Cushman (en García-Montes et al, 2006) denomina el *yo vacío*. Al quedar atrás los grupos de referencia preasignados, las pautas y códigos de conducta de las instituciones que servían como guía se vuelven escasos y contradictorios dificultando la construcción de una identidad personal. Y a falta de las referencias que brindaban las estructuras tradicionales, el yo vacío demanda gran cantidad de información y dirección de los otros para guiar su comportamiento.

En ese contexto, las nuevas formas de identidad requieren más que nunca de los demás para construirse —el *otro generalizado* de Mead (1993)—, y de ahí la necesidad de mantener un contacto ininterumpido con ellos si no cara a cara, al menos a través de los medios y tecnologías de comunicación. Estos últimos posibilitan el surgimiento de un *otro generalizado mediado* (Meyrowitz, 2004) que, aunque no elimina la dependencia del espacio físico inmediato en la configuración del yo, sí modifica su impacto en la medida que permite entrar en contacto con otros distantes pero accesibles.

Habuchi (2006) subraya el papel del celular en la construcción de la *seguridad ontológica* de los usuarios al hacer posible la comunicación con



La expansión acelerada del mercado de telefonía móvil a nivel mundial es uno de los fenómenos más destacados en el campo de la comunicación en las dos últimas décadas

otros significantes que contribuyen al proyecto de construcción de un *yo reflexivo* (Giddens, 1998), como una forma de contrarrestar los sentimientos de pérdida y desarraigo característicos de la posmodernidad. El celular puede ser conceptualizado entonces como un *sistema experto*, en sentido dado el por Giddens (2004) al término, mediante el cual el sujeto adquiere una especie de seguridad existencial individualizada a través de su grupo social en línea, pues la conectividad que posibilita el aparato lleva a suponer que –al menos idealmente– el “otro” siempre está ahí para brindar información, afecto o apoyo.

Otros autores señalan que las tecnologías personales de comunicación han traído nuevas formas de validación tanto de la conducta como de los pensamientos y sentimientos de los sujetos quienes se apoyan cada vez más en las opiniones de otros para formarlos y consolidarlos, generando nuevos patrones de dependencia y confianza (Geser, 2004). Turkle introduce el término *tethered self* para referirse a un yo atado o ligado a los demás a través de tecnologías *always on* como el celular, que se constituyen en una especie de sistemas de navegación o “GPS social y psicológico” (2008, p.132) en el proceso de construcción del sujeto.

Al asegurar la posibilidad de localizar a los otros prácticamente en cualquier momento y lugar el celular potencializa el efecto de validación, y la dependencia que se genera con respecto a los demás termina transfiriéndose a la tecnología que posibilita el contacto con ellos. El aparato se convierte entonces en una extensión del yo, y su ausencia se experimenta tanto en un sentido material como psicológico (Katz, 2006) lo que explica los sentimientos de inseguridad,

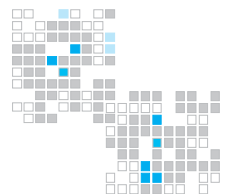
aislamiento y frustración que invaden al usuario al no tener su celular a la mano.

2.4. Celular e identidades colectivas

El teléfono móvil juega también un papel importante en la configuración de las identidades grupales y colectivas, en particular las relacionadas con la edad y género de los usuarios. En el caso de los jóvenes, el dispositivo les permite estrechar lazos con sus pares (Kasesniemi y Rautiainen, 2002; Oksman y Turtiainen, 2004) y al mismo tiempo marcar distancia con respecto a los adultos (Ling, 2000, 2002; Ling y Yttri, 2002; Taylor y Harper, 2001).

Estar conectado con el grupo y ser identificado como parte del mismo resulta de especial relevancia en esta etapa de la vida, en la que el joven se aleja de los referentes familiares y son los amigos quienes adquieren mayor peso como fuente de experiencias y significados a partir de los cuales se elabora la identidad. En muchas culturas la propiedad, exhibición y uso simbólico de esta tecnología es una parte esencial de “ser joven”, y su adopción es una práctica colectiva más que una elección individual (Nafus y Tracey, 2002) en la que el sujeto participa como una forma de reafirmar su pertenencia a la comunidad.

Entre adolescentes y preadolescentes el celular constituye un elemento central en el proceso de interacción con los pares, y su posesión y uso evidencian que son solicitados por los otros y que disponen de un medio para estar accesibles e integrados al grupo (Ling y Helmersen, 2000); que tienen solvencia económica para participar en el intercambio/obsequio –*gifting*– de llamadas y mensajes (Taylor y Harper, 2002); y que poseen cierto grado de competencia tecnológica.



En el caso de los jóvenes, el teléfono móvil parece facilitar la construcción de una identidad independiente al permitirles un mayor control sobre la comunicación con sus pares y otros sujetos sociales.

Castells *et al* (2007) destaca la aparición de una cultura juvenil móvil a nivel global, que encuentra en las tecnologías de comunicación una forma adecuada de expresión y reforzamiento. En la sociedad de la información, señala, la consolidación de grupos de iguales en función de ciertos valores y códigos de significados compartidos lleva al surgimiento de una identidad colectiva en la que la adopción de nuevos medios de comunicación, como el celular, y nuevos lenguajes, como en los mensajes de texto, juegan un papel relevante. En esa línea, Fortunati y Magnanelli afirman que: “El móvil ha permitido que los adolescentes construyan una especie de hermandad virtual que se transmite no con el vivir juntos, sino a través de la palabra” (2002, p.73).

Aunque en menor escala, el celular parece relacionarse también con la construcción de una identidad de género en la medida que hombres y mujeres usan y se apropian del aparato de distintas maneras. Skog (2002) apunta como las compañías que fabrican y comercializan teléfonos celulares parecen diseñar aparatos que encajan con estereotipos femeninos y masculinos tradicionales, pues mientras los anuncios de las revistas para mujeres destacan el color, el diseño y los aspectos sociales del aparato, en las revistas para hombres se subrayan los aspectos técnicos y deportivos del mismo.

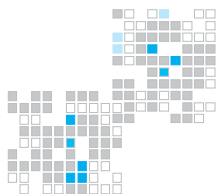
3. Conclusiones

Aunque como señalamos al inicio del trabajo, no puede establecerse una relación causal entre celular e identidad, no puede negarse la incidencia del mismo en la conformación y/o reforzamiento de las identidades individuales y colectivas de los sujetos. Dada la importancia de la

comunicación en ambos procesos, el celular adquiere un papel relevante al ser tanto un medio para interactuar con los otros como un vehículo de expresión simbólica acerca de uno mismo.

A diferencia de lo que sucede con el teléfono fijo que pertenece al hogar, el celular es un medio eminentemente personal y por tanto un instrumento de presentación del “yo”. La personalización que posibilita encaja de manera apropiada con los procesos de individualización característicos de la época actual, y comprende no sólo la apariencia física del dispositivo –modelo, tamaño, color, adornos– y los contenidos que almacena –información, mensajes, fotos, videos, ring-tones–, sino también los servicios que configura el usuario y la manera de llevarlo, pues todo ello le ayuda a expresar su nivel socioeconómico, su estilo de vida, su sentido de la moda, su dominio de la tecnología, sus gustos musicales, e incluso sus creencias religiosas y sus lealtades deportivas, ayudando a identificarlo y caracterizarlo. Adicionalmente, las imágenes de conectividad, movilidad y ubicuidad con las que se le asocia responden a ciertas demandas de la sociedad de la información, y contribuyen a adjudicar a su portador valores de modernidad, dinamismo y vanguardia tecnológica.

En el caso de los jóvenes, el teléfono móvil parece facilitar la construcción de una identidad independiente al permitirles un mayor control sobre la comunicación con sus pares y otros sujetos sociales. Particularmente en este segmento el celular favorece la aparición de identidades colectivas mediante la interacción e integración que permite entre los miembros del grupo, en un proceso dialógico en el que la identidad colectiva alimenta la identidad individual.



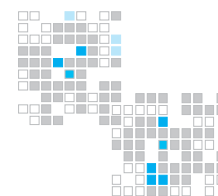
Por otra parte, el celular parece reproducir las condiciones y contradicciones de la sociedad en la que se desarrolla, pues mientras por un lado propicia la independencia de las instituciones generalizando la experiencia de un *yo vacío*, por el otro se muestra como un *sistema experto* que contribuye a la construcción del *yo reflexivo*. A través de la disponibilidad continua del grupo de familiares y amigos cercanos el teléfono móvil intenta restituir la *seguridad ontológica* arrebatada al sujeto moderno, desarrollando una especie de línea de seguridad individual virtual.

Finalmente, aunque la asociación entre el ce-

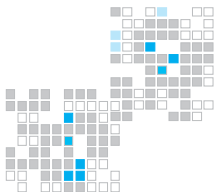
lular y la imagen personal o el celular y la autonomía individual resultan los aspectos más evidentes en su relación con la identidad, es su papel como mediador en los procesos de interacción para construir el *yo* lo que otorga al teléfono móvil una mayor relevancia en el proceso de conformación de las identidades, dado que éstas emergen y se afirman sólo al confrontarse con otras identidades en el proceso de interacción social a través de la comunicación cara a cara o, como resulta cada vez más común, a través de las tecnologías de comunicación personal como el celular.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRY, Michael; YU, LiAnne. The uses and meaning of I-mode in Japan. *Revista de Estudios de Juventud*, Madrid, n.57, p. 151-172, jun, 2002.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1, México, D.F.: Siglo XXI, 2006.
- _____ ; FERNÁNDEZ-ARDEVOL, Mireia; QUI, Jack; SEY, Araba. *Mobile communication and society*. Cambridge, MA: MIT Press, 2007.
- DONNER, Jonathan. Shrinking fourth world? Mobiles, development and inclusion. In: KATZ, James (ed.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, Cambridge MA: MIT Press, 2008. p. 29-42.
- FORTUNATI, Leopoldina. Italy: stereotypes, true and false. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p.42-62.
- FORTUNATI, Leopoldina y MAGNANELLI, Ana María. Young people and the mobile telephone. *Revista de Estudios de Juventud*, Madrid, n.57, p. 59-78, jun, 2002.
- GARCÍA-MONTES, José; CABALLERO-MUÑOZ, Domingo; PÉREZ-ÁLVAREZ, Mariano. Changes in the self resulting from the use of mobile phones. *Media, Culture & Society*, London, Thousand Oaks and New Delhi: v.28, n.1, p. 67- 82, 2006.
- GESSER, Hans. *Towards a sociological theory of the mobile phone*. 2004. Disponible en: <http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf> Acceso en: 6 octubre, 2007.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. 2ª. ed. Barcelona: Península, 1998.
- _____. *Consecuencias de la modernidad*. 3ª. reimpresión. Madrid: Alianza Editorial, 2004.
- GOURNAY de, Chantal. Pretense of intimacy in France. En KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 193-205.
- HABUCHI, Ichiyo. Accelerating reflexivity. In: ITO, Mizuko, OKABE, Daisuke, y MATSUDA, Misa (eds.). *Personal, portable, pedestrian. Mobile phones in Japanese life*. Cambridge, MA: MIT Press, 2006. p. 165-182.
- HADDON, Leslie. Youth and mobiles: The British case and further questions. *Revista de Estudios de Juventud*, Madrid, n.57, p.115-124, jun, 2002.
- HÖFLICH, Joachim. The mobile phone and the dynamic between private and public communication: Results of an international exploratory study. In: GLOTZ, Peter, BERTSCHI, Stefan y LOCKE, Chris. (eds.). *Thumb Culture. The meanings of mobile phones for society technology*. Bielefeld: Transcript, 2005. p.123-135.



- ITU. (2008). *World information society report 2007*. Beyond WSIS. Disponible en: <<http://www.itu.int/osg/spu/publication/worldinformationsociety/2007/report.html>> Acceso en: 21 abril, 2008.
- _____. (2010). *The world in 2009: ICT facts and figures*. Disponible en <http://www.itu.int/ITU-D/ict/material/Telecom09_flyer.pdf> Acceso en: 26 febrero 2010.
- KASESNIEMI, Eija-Liisa; RAUTIAINEN, Pirjo. Mobile culture of children and teenagers in Finland. En KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p.170-192.
- KATZ, James. Bodies, machines, and communication contexts: What is to become of us? En KATZ, James. (ed.). *Machines that become us. The social context of personal communication technology*. New Brunswick; London: Transaction Publishers, 2003. p. 311-319.
- _____. *Magic in the air: mobile communication and the transformation of social life*. New Jersey: Transaction Publishers, 2006.
- _____; AAKHUS, Mark. Conclusion: Making meaning of mobiles - a theory of Apparateist. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 301-318.
- _____; SUGIYAMA, Satomi. Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan. *New Media & Society*, London: Thousand Oaks and New Delhi, v.8, n.2, p. 321-337, 2006.
- KIM, Shin-Dong. Korea: personal meanings. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 63-79.
- LAW, Pui-Lam y PENG, Yinni. Mobile networks: migrant workers in southern China. In: KATZ, James (ed.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, Cambridge MA: MIT Press, 2008. p. 55-64.
- LICOPPE, Christian; HEURTIN, Jean-Philippe. Preserving the image. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 94-109.
- LICOPPE, Christian y SMOREDA, Zbigniew. Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication technology. *Social Networks*, v.27, n.4, p. 317-335, 2005.
- LING, Richard. *We release them little by little: maturation and gender identity as seen in the use of mobile telephone*. Presentado en: International Symposium on Technology and Society. New Brunswick, NJ, 29-31 julio 1999.
- _____. We will be reached: The use of mobile telephony among Norwegian youth. *Information Technology and People*, v.13, n.2, p. 102-120, 2000.
- _____. Adolescent girls and young adult men: Two subcultures of the mobile telephone. *Revista de Estudios de Juventud*, Madrid, n.57, p. 33- 46, jun. 2002.
- _____. *The mobile connection. The cell phone's impact on society*. San Francisco CA: Morgan Kaufmann Publishers, 2004.
- _____; HADDON, Leslie. Mobile telephony, mobility and the coordination of everyday life. In: KATZ, James. (ed.). *Machines that become us*. New Brunswick y London: Transaction Publishers, 2003. p. 245-266.
- _____; HELMERSEN, Per. *It must be necessary, it has to cover a need*": The adoption of mobile telephony among pre-adolescents and adolescents. Presentado en: On the social consequences of mobile telephony. Oslo, jun. 16, 2000.
- _____; YTTRI, Birgitte. Hyper-coordination via mobile phones in Norway. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 139-169.
- MEAD, George H. *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductivismo social*. MAZIA, F. (trad.). 2a. reimpresión. México: Paidós, 1993.
- MATSUDA, Misa. Discourses of keitai in Japan. In: ITO, Mizuko, OKABE, Daisuke, y MATSUDA, Misa (eds.). *Personal, portable, pedestrian. Mobile phones in Japanese life*. Cambridge, MA: MIT Press, 2006. p. 19-39.
- MEYROWITZ, Joshua. *The rise of glocality. New senses of place and identity in the global village*. Presentado en: The Global and the Local in Mobile Communication. Viena, 10-12 junio 2004.
- NAFUS, Dawn; TRACEY, Karina. Mobile phone consumption and concepts of personhood. En KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 206-221.
- OKADA, Tomoyuki. Youth culture and the shaping of Japanese mobile media: personalization and the keitai internet as multimedia. In: ITO, Mizuko, OKABE, Daisuke, y MATSUDA, Misa (eds.). *Personal,*



- portable, pedestrian*. Mobile phones in Japanese life. Cambridge, MA: MIT Press, 2006. p. 41-60.
- OKSMAN, Virpi; RAUTIAINEN, Pirjo. "I've got my whole life in my hand". Mobile communication in the everyday life of children and teenagers in Finland. *Revista de Estudios de Juventud*, Madrid, n.57, p. 25-32, jun., 2002.
- _____ ; TURTIAINEN, Jussi. Mobile communication as a social stage. Meanings of mobile communication in everyday life among teenagers in Finland. *New Media & Society*, London, Thousand Oaks and New Delhi, v.6, n.3, p. 319-339, 2004.
- OVERÁ, Ragnhil. Mobile traders and mobile phones in Ghana. In: KATZ, James (ed.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, Cambridge: MIT Press, 2008, p.43-54.
- ÖZCAN, Yusuf; KOÇAK, Abdullah. Research note: A need or a status symbol? Use of cellular telephones in Turkey. *European Journal of Communication*, London: Thousand Oaks and New Delhi, v.18, n.2, p. 241-254, 2003.
- PERTIERRA, Raúl. Mobile phones, identity and discursive intimacy. *Human Technology*, v1, n.1, p. 23-44, 2005.
- PLANT, Sadie. *On the mobile: the effects of mobile telephones on social and individual life*, 2001. Disponible en: <http://www.motorola.com/>. Acceso: 12 octubre 2006.
- ROBBINS, Kathleen; TURNER, Martha. United States: popular, pragmatic and problematic. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002. p. 80-93.
- ROSS, J.P. Sociology of cellular telephone: The Nordic model (300 000 yuppies? Mobile phones in Finland). *Telecommunications policy*, v.17, n.6, p. 446-458, 1993.
- SCHEJTER, Amit; COHEN, Akiba. Israel: chutzpah in the Holy Land. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge UK: Cambridge University Press, 2002. p. 30-41.
- SKOG, Berit. Mobiles and the Norwegian teen: identity, gender and class. In: KATZ, James y AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. p. 255-273.
- SOUZA de, Adriana. Mobile networks and public spaces: Bringing multiuser environments into the physical space. *Convergence*, v.10, n.1, p. 15-25, 2004.
- _____. From cyber to hybrid. Mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. *Space and Culture*, v.9, n.3, p. 261-278, 2006.
- TAYLOR, Alex; HARPER, Richard. *Talking Activity: Young people and mobile phones*. Presentado en CHI 2001. Seattle, 31 marzo - 5 abril 2001.
- _____. *Age-old practices in the New World: A study of gift-giving between teenage mobile phone users*. Presentado en CHI 2002, Minneapolis, Minnesota, 20-25 abril 2002.
- TURKLE, Sherry. Always-on? Always-on-you: The tethered self. In: KATZ, James (ed.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, Cambridge, MA: MIT Press, 2008, p. 121-148.
- WEI, Ran. Lifestyles and new media: adoption and use of wireless communication technologies in China. *New Media & Society*, v.8, n.6, p. 991-1008, 2006.

