

MOVILIZAD@S: MUJER Y COMUNICACIONES MÓVILES EN ESPAÑA

INMACULADA J. MARTÍNEZ, JUAN MIGUEL AGUADO
Universidad de Murcia

IOLANDA TORTAJADA
Universitat Rovira i Virgili

Recibido: 1/07/2009

Aceptado: 01/09/09

1. La telefonía móvil en perspectiva de género

En virtud de su fuerte presencia en la vida cotidiana y su radical vinculación con la identidad de las usuarias, la telefonía móvil se perfila como una de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs) dentro de la Sociedad de la Información que mayor impacto funcional tiene en materia de género. El 88 % de las españolas posee al menos un teléfono móvil¹, y entre las franjas de edad de 14 a 35 años el porcentaje se aproxima al 100 %. Tanto en lo cuantitativo como cualitativo, la telefonía móvil constituye un objeto de estudio relevante en el análisis de los procesos de apropiación de la tecnología por parte de las mujeres y su inclusión en prácticas de gestión y construcción de la identidad de género.

En este sentido, al igual que en el caso general de las NTICs, la implantación y uso social de la telefonía móvil presenta algunas diferencias de género en cuanto a contextos y rutinas de uso. Así, por ejemplo, los primeros estudios² apuntaban a que el uso del móvil por parte de los hombres estaba

1. INE, *Utilización de la telefonía móvil por comunidades autónomas. 2008* <<http://www.migualdad.es/mujer/mujeres/cifras/tablas/W714.xls>>, consultado el 4-05-2009.

2. GRANT, Diana y KIESLER, Sara. «Blurring the boundaries: cell phones, mobility and the line between work and personal life». En BROWN, B., GREEN, N. y HARPER, R. (Eds). *Wireless World. Social and Interactional Issues in Mobile Communication and Computing*.

mayoritariamente relacionado con el trabajo y con el ocio tecnológico, mientras que en el caso de las mujeres estaría más vinculado a la identidad y las relaciones interpersonales. Estudios posteriores en Australia³, Gran Bretaña⁴ o en Israel⁵ señalan diferencias en el acceso a las innovaciones tecnológicas y en el consumo de contenidos vía móvil. En línea similar se plantean proyecciones cuantitativas de mercado⁶. En general, los datos de la literatura cuantitativa abundan en referencias a la mayor resistencia femenina a la adopción de innovaciones tecnológicas frente a su mayor integración, una vez adoptadas, en el espacio simbólico de la vida cotidiana y las relaciones interpersonales.

Por ello mismo, los rasgos cualitativos distintivos del móvil respecto de otras NTICs son, si cabe, más determinantes: su carácter fuertemente personal, como extensión natural del sujeto social, su vinculación estética y funcional con la gestión de la propia identidad, su influencia en la redistribución de los tiempos y espacios en las interacciones sociales, su condición fuertemente socializadora o como dispositivo conciliador del entorno familiar, social y laboral suponen marcos de interacción socio-tecnológica en los que la identidad de género juega un importante papel⁷.

Por estas razones, la perspectiva de género ha estado presente desde los primeros estudios sociológicos sobre el impacto social de la telefonía móvil, si bien sólo recientemente desde una perspectiva cualitativa. La especial incidencia del móvil en los procesos de socialización de la población adolescente y juvenil⁸ y la relativa accesibilidad de la telefonía móvil en ámbitos geográficos, económicos y socioculturales más impermeables a otras NTICs⁹ han tenido, sin duda, mucho que ver en este interés.

-
- Berlin, Springer-Verlag, 2001, pp. 121-132. SMITH, Steve. «*You Lose Your Mobile, You Lose Everything*»: *An Exploratory Study of Mobile Phones, Sexuality, Gender and Space*. Guilford, University of Surrey, United Kingdom, 2001.
3. BEATON, John y WAJCMAN, Judy (Eds). «The Impact of the Mobile Telephony in Australia». *Australian Mobile Telephony Conference*. Sydney, 2004.
 4. PROITZ, Lin. «Gender and Sexuality in Mobile Communication». **Comunicación presentada en International Conference «Mobile Communication and Social Change»**, celebrado del 18 al 19 de octubre de 2004 en Seúl, Corea.
 5. LEMISH, Dafna y COHEN, Akiba. «On the Gendered Nature of Mobile Phone Culture in Israel». *Sex Roles*, vol. 52, 7-8 (2005), pp. 511-521.
 6. TSN-DEMOSCOPIA. *Tendencias de la mujer española en el uso de la telefonía móvil*. Madrid, 2006.
 7. FORTUNATI, Leopoldina, KATZ, James y RICINI, Isabella (eds.) *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion*. New York, Lea, 2003.
 8. LING, Rich. «We Release Them Little by Little: Maturation and Gender Identity as Seen in the Use of Mobile Telephony». *Personal Technologies*, vol. 1, 5 (2001), pp. 123-136.
 9. International Telecommunication Union, *World Telecommunication Development Report 2002. Reinventing Telecoms*. Ginebra, 2002. Consultado el 10 de octubre de 2009 en

En el caso de España y Latinoamérica, sin embargo, dado su carácter incipiente, la aproximación al impacto social de la telefonía móvil desde la perspectiva de género y los estudios feministas es prácticamente inexistente. Cabe mencionar consideraciones colaterales en trabajos sobre género y NTICs¹⁰, donde, no obstante, el PC e Internet focalizan el grueso de la atención investigadora, aspectos que también resultan dominantes en los proyectos UNESCO y UE sobre género y NTICs y sobre los que existe una relativamente abundante producción científica¹¹.

En general, el enfoque dominante es la perspectiva de género como un apartado dependiente de investigaciones sociológicas de carácter cuantitativo sobre rutinas y tendencias de uso. En este sentido cabe preguntarse, siguiendo a Lemish y Cohen¹², si es suficiente con considerar estadísticamente las rutinas de uso y, en última instancia, qué significa abordar el estudio de la tecnología móvil en perspectiva de género. En concreto, para estos autores, implica tener en cuenta la correlación de tres dimensiones: la dimensión de género de la tecnología en sí, la dimensión de género de la integración simbólica y funcional de la tecnología por los/as usuarios/as en su vida cotidiana y, finalmente, las cifras que reflejan los comportamientos de uso y el acceso a las tecnologías. Para Wajcman¹³, por ejemplo, las tecnologías, en tanto que productos socioculturales, encierran formas de conocimiento y capacidades asociadas al género (el «género de la tecnología»). Así, Turkle¹⁴ apunta hacia las denominadas «tecnologías de relación» como articulaciones femeninas de la tecnología (Internet o el móvil serían, pues, tecnologías femeninas). Por otra parte, el proceso de integración simbólica (literalmente, de resignificación) por parte de las usuarias en su vida cotidiana constituye un territorio de

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_02/material/WTDR02-Sum_E.pdf>; GESER, Hans. «Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone» en *Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile Phone*, Zurich, University of Zurich, 2004. <http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf>, consultado el 3-04-2007.

10. Por ejemplo: BURKLE, Margarita. «La Tecnología las ha Olvidado» *Mujeres del Tercer Mundo y Nuevas Tecnologías de Comunicación*. *Razón y Palabra*, 9/2 (1998), y BONDER, Gloria. *Las nuevas tecnologías de la información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Santiago de Chile, ONU-CEPAL, 2002.
11. SORENSEN, Knut H. y STEWART, James (eds.). *Digital divides and inclusion measures. A review of literature and statistical trends on gender and ICT*, STS report no. 59, Trondheim: NTNU, Centre for Technology and Society, 2002.
12. LEMISH, Dafna y COHEN, Akiba. *Op. cit.* pp. 511-512.
13. WAJCMAN, Judy. «Feminist Theories of Technology», en JANASOFF, S.; MARLE, G.; PETERSEN, J. y PINCH, T (Eds.). *Handbook of Science and Technology Studies*. Londres, Sage, 1991, pp. 189-204. Cit. p. 190.
14. TURKLE, Sherry. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Nueva York, Simon and Schuster, 1995, pp. 46-48.

especial interés para el estudio de la relación género/tecnología. Los trabajos de Silverstone y Hirsch¹⁵ y su teoría de la domesticación (o apropiación) de las tecnologías constituyen un enfoque útil en este sentido.

En última instancia, como señalan Lemish y Cohen¹⁶, las tres dimensiones pueden entenderse como capas superpuestas de un proceso sociocultural de construcción de la identidad de género: desde los constreñimientos inherentes a la lógica de la tecnología a las apropiaciones y redefiniciones de comunidades de uso específicas y, de ahí, a los patrones de uso que finalmente traslucen las estadísticas.

2. Planteamiento y metodología

Nuestra propuesta se enclava dentro del denominado enfoque de la apropiación¹⁷, entendida como el proceso de integración simbólica y funcional de la tecnología en la vida cotidiana y las transformaciones (cambios en la significación de la tecnología y cambios en la vida social) derivadas de esa integración. En este sentido, sobre la base de trabajos similares¹⁸, tres son los ejes semánticos que concitan nuestra atención¹⁹:

La gestión de la identidad: La identidad individual y colectiva es a la vez el fruto y el territorio de constantes negociaciones que tienen lugar en las interacciones cotidianas²⁰. La telefonía móvil introduce cambios en la gestión de roles sociales²¹ y permite redistribuir los espacios públicos y privados transformando a su vez la naturaleza de las interacciones que tienen lugar en ellos. También permite una mayor independencia en la toma de decisiones respecto de la planificación y tiene un marcado carácter personal (de presentación de

15. SILVERSTONE, Roger y HIRSCH, Eric (eds.) *Los Efectos de la nueva comunicación: el consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona, Bosch, 1996.

16. LEMISH, Dafna y COHEN, Akiba. *Op. cit.*, p. 519.

17. SILVERSTONE, Roger y HIRSCH, Eric, *Op. cit.*

18. AGUADO, Juan Miguel y MARTÍNEZ, Inmaculada José. «The Construction of the Mobile Experience: The Role of Advertising Campaigns in the Appropriation of Mobile Phone Technologies». *Continuum, Journal of Media and Cultural Studies*. Vol. 21, 2 (2007), pp. 137-148.

19. En este texto presentamos algunos de los resultados preliminares derivados del proyecto de investigación «MOVILIZAD@S: La telefonía móvil en la Sociedad de la Información como dispositivo para la igualdad de oportunidades», financiado por el Instituto de la Mujer en el marco del Plan de Acción Estratégica sobre el Fomento de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres perteneciente al Plan Nacional I+D+I (2004/7).

20. GOFFMAN, Erving. *Interaction ritual: essays on face-to-face behavior*. Nueva York, Anchor Books, 1963.

21. BEATON, John y WAJCMAN, Judy. *Op. cit.* pp. 22-24.

la persona y de herramienta de socialización). Finalmente, es una herramienta que contribuye a transversalizar la práctica totalidad de las dimensiones de la vida social, laboral y afectiva de la mujer. Esa transversalidad no sólo atañe a las circunstancias de uso del móvil como herramienta de comunicación (acceso a voz), sino a toda una gama de prácticas sociales emanadas de sus desarrollos tecnológicos (fotografía y vídeo digital, SMS y MMS, intercambio de archivos, ocio digital, etc.). Todos estos aspectos hacen del móvil una herramienta esencial en la gestión de la identidad en el marco de las interacciones cotidianas. Pero, paralelamente, en función de su mediatización a través de la comercialización de su imagen (campanas de marketing de operadores y fabricantes) y del acceso a contenidos (publicidad, información, juegos, tonos, logos y otros servicios), el móvil constituye también una herramienta a través de (y en torno a) la cual se difunden estereotipos de género, tal y como ocurre en otros medios de comunicación.

La conciliación de la vida laboral y familiar/afectiva: De acuerdo con las investigaciones existentes, la telefonía móvil contribuye, decisivamente, en la disolución de fronteras sociales en un doble sentido: por un lado, las fronteras entre espacios/interacciones públicas y espacios/interacciones privadas (permitiendo, por ejemplo, la irrupción de la conversación privada en una interacción pública)²² y, por otro lado, las fronteras entre los ámbitos de la vida cotidiana (vida afectiva, vida familiar, ocio, vida laboral)²³. Adicionalmente, la deslocalización de la toma de decisiones y la presencialidad virtual favorecida por la telefonía móvil contribuyen a esa permeabilidad entre ámbitos de la vida cotidiana (especialmente respecto del entorno laboral). Es sintomático, en este sentido, que algunas de las primeras investigaciones al respecto incidieran en la funcionalidad de la telefonía móvil en el denominado «remote mothering»²⁴. En cualquier caso, en torno a la telefonía móvil se perfila todo un entramado de prácticas interaccionales que contribuyen a compatibilizar la vida laboral y familiar así como, en general, a la gestión de roles y situaciones de la mujer en y entre los entornos laboral, familiar y afectivo.

22. KATZ, James y AARHUS, Mark. *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge, Cambridge University Press, 2002.

23. GRANT, Diana y KIESLER, Sara. *Op. cit.* WAJCMAN, Judy; BITMANN, Michael; JONES, Paul; JOHNSTONE, Lynne y BROWN, Jude. *The Impact of Mobile Phone on Work/Life Balance*. Sydney, Australian Mobile Telecommunications Association, 2005.

24. RAKOW, Lana y NAVARRO, Vija. «Remote Mothering and the Parallel Shift: Women Meet the Cellular Telephone». *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 10, 2 (1993), pp. 144-157.

La seguridad física y emocional: De acuerdo con Giddens²⁵, la seguridad ontológica (una mínima expectativa de continuidad y estabilidad respecto de la vida cotidiana y sus implicaciones) constituye una de las bases sobre las que los sujetos sociales construimos nuestra identidad y nuestros proyectos de vida. Las dimensiones física y emocional son dos aspectos esenciales de la seguridad ontológica y, por extensión, de la identidad individual y colectiva. Ambas se construyen sobre la base de redes afectivas y sociales de apoyo que permiten responder efectivamente a emergencias y amenazas, en el caso de la seguridad física, e incrementar la estabilidad y reducir el aislamiento en el caso de la seguridad emocional. La telefonía móvil, por su condición ubicua y de conectividad permanente, resulta una herramienta útil en ambos casos, tanto en el nivel institucional (articulando redes sociales de apoyo y facilitando la conexión y la localización de agentes sociales implicados), como en el nivel social (permitiendo de hecho el establecimiento de redes emocionales en tiempo real respecto de eventos significativos). Como ejemplo del primer aspecto cabe citar la iniciativa política de la implantación de sistemas de telelocalización a través de móvil para mujeres víctimas de agresiones sexistas. Como ejemplo ilustrativo del segundo aspecto, cabe reseñar que, entre las adolescentes y jóvenes de 15 a 25 años, un buen porcentaje de los contactos vía móvil (voz, SMS y, en ocasiones, un simple tono de llamada o *toque*) no presenta una función conversacional, sino de simple búsqueda de complicidad emocional (co-presencia virtual)²⁶. No obstante, precisamente por su estrecha vinculación a la persona, el dispositivo móvil puede constituir también una puerta de acceso a la invasión de la privacidad, de modo tal que la gestión de los accesos al móvil constituye un elemento más de la gestión de la seguridad física y emocional de las usuarias.

En el presente artículo, estos aspectos son analizados desde dos trabajos de campo complementarios. De una parte, un panel de expertos, realizado entre los meses de febrero y abril de 2008, con la participación de 17 representantes destacados del sector de las comunicaciones móviles, del ámbito productivo (fabricantes de dispositivos –Nokia, Sony-Ericsson–, operadores –Vodafone, Telefónica–, productores y distribuidores de contenidos móviles –Jet Multimedia, Buongiorno–, productores y distribuidores de software y contenido –Screentonic, Aquamobile, Arista–, proveedores de soluciones de marketing –Mobile Marketing Association–), y sectores afines (reguladores y

25. GIDDENS, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona, Península, 1995, p. 113.

26. LING, Rich. *Op. cit.* pp. 124-125.

consultores –Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, Instituto de Prospectiva Tecnológica de la Comisión Europea–, organizaciones competentes en materia de género y NTICS –Enred Consultores, Dirección General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información–, medios de comunicación –La Verdad Multimedia– e investigadores –Universidad de Valencia, Universidade de Avéiro/Portugal). De otra parte, una serie de cuatro grupos de discusión (realizados entre mayo y junio de 2008), de entre 8 y 10 mujeres cada uno, distribuidos por franjas de edad: Mujeres adolescentes (14-18 años), mujeres jóvenes (20-30 años), mujeres adultas (30-40 años) y mujeres de más de 45 años. Además de tener en cuenta la edad como variable estructurante, en los tres últimos grupos se ha considerado, de forma simétrica, la variable de dedicación profesional (mujeres trabajadoras / no trabajadoras).

La articulación de ambos trabajos de campo se ha realizado sobre la premisa de contraponer los dos tipos de discurso enfrentados en el proceso de apropiación de una tecnología: el discurso institucional (propio de los actores del sector productivo de la tecnología y de los medios de comunicación) y el discurso no institucional (propio de las usuarias en su vida cotidiana).

3. El discurso institucional sobre telefonía móvil en perspectiva de género: Iguales pero diferentes

El discurso institucional reproducido por los actores del sector productivo (en buena medida coherente con el discurso de los medios) aparece marcado por tres ejes definitorios: (a) El optimismo y la naturaleza intrínsecamente positiva de la tecnología y su desarrollo; (b) la disociación radical entre la naturaleza de la tecnología y los usos que se hacen de ella (la tecnología es neutra y, como tal, sus beneficios y efectos afectan a todos por igual, en función de los usos que de ella se hacen); y, como consecuencia de lo anterior, (c) el énfasis en la práctica inexistencia de diferencias relevantes de género en cuanto a la integración de la tecnología móvil en la vida social (si existen, son derivadas de factores sociales o culturales ajenos a la tecnología y, en todo caso, la propia integración de la tecnología en la vida cotidiana parece tender a disolverlas). Estos rasgos generales son objeto de discrepancias especialmente por parte de aquellos informantes no directamente relacionados con el sector productivo, fundamentalmente investigadores y miembros de organizaciones competentes en materia de tecnologías y género.

Así, por ejemplo, los expertos del panel coinciden en entender la telefonía móvil como una herramienta útil para satisfacer las necesidades sociales (elemento de personalización e identificación/integración en los grupos de referencia) y de comunicación en todas las esferas de interacción del individuo:

social, personal y profesional. Asumen, como rasgo característico, la importancia del dispositivo móvil en la presentación y en la gestión de la identidad del/a usuario/a como una consecuencia derivada de su impacto en las comunicaciones interpersonales, pero lo entienden como algo uniforme para toda la población, poniendo, no obstante, el énfasis en los jóvenes y adolescentes (especialmente el sector de los «nativos digitales»²⁷) y, en menor medida, en el sector de los profesionales cualificados. El móvil es un «icono de tendencia social, cultural, económica, de procedencia, etc., que introduce cambios en los hábitos, especialmente en el ocio y en las formas de relacionarse». También es un «distintivo social, que forma parte de un mercado muy *marquista*». Al mismo tiempo, genera una cierta dependencia respecto de la seguridad emocional por cuanto «soluciona cualquier problema en cualquier momento y en cualquier lugar». En última instancia, en consonancia con ciertos discursos publicitarios, el dispositivo móvil se constituye en «una extensión de nuestro propio cuerpo».

Curiosamente, es desde la perspectiva de los segmentos de consumo donde afloran en el discurso claras diferencias de género. Así, por ejemplo, para la mitad de los informantes es posible observar diferentes motivaciones a la hora de adquirir un terminal: los hombres buscarían en mayor medida las innovaciones tecnológicas con más y mejores prestaciones y un elemento de diferenciación social. Centrarían sus usos en acciones de comunicación de carácter amplio, concibiendo el dispositivo como una extensión y herramienta de trabajo. Frente a ello, las mujeres buscarían las funcionalidades más básicas en el móvil (tráfico de voz y mensajes de texto), fijándose en aspectos pragmáticos (terminales pequeños, protección de pantalla, sencillez, batería de larga duración), en el componente estético (diseño) y centrando sus usos en acciones comunicativas personales y cercanas.

También en el consumo de datos se señalan aspectos de género distintivos. Así, en lo relativo a los hábitos de uso y preferencias en el perfil de usuario de datos (contenidos, ocio, gestión, aplicaciones, etc.) se observa una divergencia prácticamente simétrica. Casi la mitad de los informantes se decanta por resaltar otros criterios como definitorios del perfil del usuario de datos (la edad, el grupo social o la profesión). No obstante, entre estas respuestas se señala, en varias ocasiones, que en el caso específico de los contenidos de ocio sí pueden observarse diferencias de género: los hombres serían más proclives al intercambio de contenidos multimedia, desarrollando un uso muy superior

27. PRENSKY, Marc. «Digital Natives, Digital Immigrants», *On the Horizon*, vol. 9, nº 5 (2001). Consultado el 5-05-2009 en: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>.

centrado en información, ocio y deportes, y un uso ligeramente superior en correo electrónico, mensajería instantánea, grabación y envío de vídeo. Asimismo, se decantarían, claramente, por el consumo de juegos, especialmente de estrategia, deportivos o simuladores, y marcarían un perfil de usuario más proclive a probar nuevas funcionalidades y explorar innovaciones tecnológicas, buscando más ocio, aplicaciones informáticas, gadgets y noticias.

Las mujeres, por el contrario, centrarían su consumo de ocio en música, servicios de mensajería, contenidos generalistas y de «temática femenina» (sic), con un uso ligeramente superior en SMS, Fotos y MMS, tendiendo a restringir el uso a las funcionalidades más básicas del dispositivo, y decantando, en el mejor de los casos, su consumo de juegos hacia temas de habilidad e inteligencia. Algunos informantes señalan la continuidad con Internet como factor determinante de unas diferencias de género que, al menos en un caso, se perciben como iniciales, advirtiendo de una creciente igualación en la demografía del usuario de comunicaciones móviles avanzadas. En este sentido, es importante destacar que los informantes más directamente implicados en temas de género y NTICs señalan a las citadas divergencias como la traducción técnica de estereotipos que los propios actores del mercado contribuyen a difundir.

Frente a los aspectos más vinculados a perfiles de consumo, donde afloran algunas percepciones sobre diferencias de género, en los aspectos sociales la discusión adopta un tono más homogéneo. Ni en las eventuales dimensiones problemáticas de la telefonía móvil (adicción, control de costes, protección de menores, privacidad, seguridad, etc.), ni en lo relativo a la incidencia de la telefonía móvil en la gestión de los distintos ámbitos de la vida cotidiana perciben los informantes elementos significativos sobre identidad y/o rol de género, lo cual no sólo plantea incoherencias respecto de los perfiles de consumo, sino también respecto de la concepción misma de la tecnología que ponen en juego.

En este último aspecto, por ejemplo, existe una práctica unanimidad en entender la telefonía móvil como «trascendental», «imprescindible», «crucial y esencial para gestionar el equilibrio e interrelación entre ellas [las esferas de la vida cotidiana]». Así, el móvil es percibido como un factor clave en la coordinación de la vida privada y la vida profesional. En el ámbito laboral, constituye una herramienta para la productividad y eficiencia que permite alargar la jornada laboral y que, a través de la capacidad de localización, aporta flexibilidad a la labor diaria. En el ámbito familiar y social, aportaría flexibilidad, en el tiempo y en el espacio, para la organización y capacidad de estar siempre conectados de forma directa y personal con los seres queridos: «mantienen

la familia unida y proporcionan seguridad». No deja de resultar paradójico, como se advertía más arriba, que ante la relevancia radical concedida al dispositivo móvil como herramienta de gestión de la identidad, se insista en la homogeneidad de su incidencia en la vida cotidiana de los/as usuarios/as. Frente a esa insistencia explícita en la homogeneidad (en el sentido de que la tecnología aporta lo mismo para unos y otras), en algunos casos los expertos consideran diferencias de género, que adscriben a factores contextuales (tipo de sociedad, país, región, clase social y rol). Así, a las mujeres se les atribuyen diferencias por la asunción de roles en la conciliación de la vida laboral y familiar, coordinando y ajustando de forma más eficiente ambos ámbitos.

Así pues, es especialmente en la perspectiva de perfiles de consumo en la que las diferencias de género se articulan en el discurso institucional en un sentido positivo, resultando omitidas en los aspectos netamente sociales (o, cuando menos, no atribuibles directamente a la naturaleza de la tecnología), quizá porque, al hacerlo, se introducen en el discurso variables que distorsionan el tono optimista y positivo. En general, pese a las críticas de los informantes no relacionados con el sector productivo de la telefonía móvil, la imagen resultante es plenamente coherente con la que planteaban las primeras investigaciones²⁸: las mujeres usan más el móvil para potenciar sus lazos afectivos, familiares y sociales con sus redes más cercanas; los hombres desarrollan un uso más tecnológico e individual del móvil, considerado como un dispositivo multimedia con capacidad de almacenamiento y procesamiento de datos, con más relevancia para el ámbito laboral y social.

Sin embargo, la práctica ausencia de la percepción de diferencias de género en el uso del móvil en el ámbito profesional y las claras diferencias en la manera de entender el ocio móvil, permiten vislumbrar claras diferencias en la concepción de la vida pública y de la vida privada. En el caso de los hombres el móvil jugaría un papel de frontera, permitiendo aislar la esfera pública de la vida privada (e incluso crear espacios de vida pública en la vida privada), mientras que en el caso de las mujeres, el móvil ejerce de conector, superponiendo vida pública y privada y planteando complejidades añadidas a su gestión.

28. Por ejemplo, en el pionero estudio de Rakow y Navarro sobre la maternidad a distancia se hace notar que «por hallarse en la zona intermedia entre lo público y lo privado, el móvil parece constituir una extensión del espacio público cuando es usado por los hombres, y en una extensión del espacio privado cuando es usado por las mujeres. Esto es, los hombres lo usan para traer su mundo público a sus vidas privadas y las mujeres lo usan para llevar su vida familiar y afectiva con ellas donde quiera que vayan». RAKOW, Lana y NAVARRO, Vija, *Op cit.*, p. 155.

4. El discurso de las usuarias: independientes pero conectadas

Los resultados de los grupos de discusión arrojan un cuadro mucho más vivo y complejo de las implicaciones simbólicas que para las mujeres españolas tiene la integración del móvil en sus vidas cotidianas, permitiendo matizar las percepciones del sector productivo (y, en ocasiones, oponiéndose abiertamente a ellas). La imagen resultante es, sin embargo fragmentaria, construida a partir de oposiciones relevantes.

4.1. Nativas digitales frente a emigradas digitales²⁹

La diferencia de edad entorno a la actitud natural hacia la tecnología es un factor clave de su construcción simbólica. Para las «nativas digitales» (extendiendo un tanto el concepto convencional agruparía a mujeres adolescentes y jóvenes), tanto las circunstancias de adquisición como los usos y sus significados, varían notablemente con respecto a las «emigradas digitales» (mujeres adultas y mayores de 45 años). Las nativas digitales tienen móvil desde los 10-13 años, generalmente heredado de los padres cuando estos renuevan sus dispositivos, o bien como regalo señalado en su ámbito afectivo. Para ellas, el móvil es una extensión de su vida social, haciendo un uso intensivo y diverso de sus posibilidades: llamadas, *toques* o *perdidas*, SMS, MMS, hacer e intercambiar fotos y vídeos, escuchar y pasarse canciones, intercambiar archivos, etc. Son especialmente abiertas a probar nuevas formas de comunicación, como el *tothing* (dejar conectado el bluetooth en las clases o en otros ámbitos sociales para intercambiar mensajes y archivos). En menor medida, es vivido como fuente de entretenimiento privado, y en cualquier caso, siempre orientado a compartir ese entretenimiento (intercambio, muestra en el grupo de amigas, etc.). El móvil es, fundamentalmente, una herramienta de control sobre la conexión con o de otros, permitiendo intensificarla, diversificarla o, en su caso, filtrarla (por ejemplo, con los padres o adultos en determinadas situaciones). Es también una tecnología vivida como extensión del propio cuerpo: nunca lo apagan, lo personalizan en el exterior y en el interior (tonos, de llamada o de espera, iconos y fondos de pantalla, etc.), y lo viven como algo propio (el teléfono fijo es el de casa, de la familia; el móvil es suyo, con su número, su tono de llamada, sus grupos de interlocutores, su privacidad). El móvil condensa, en suma, la esencia de su vida social y, asociada a ella, el

29. Los términos «nativ@ digital» y «emigrad@ digital» fueron acuñados, en 2001, por Marc Prensky para señalar las diferencias cognitivas y actitudinales entre aquellas generaciones que se había educado desde sus primeras etapas en un entorno plenamente digital de aquellas otras generaciones anteriores. Víd. PRENSKY, Marc. *Op cit.*

repositorio de contenidos y registros en clave de ocio que contribuye a configurar la presentación social de su identidad.

Yo en mi móvil lo que quiero es que tenga memoria, para fotos y música.
Música pasada por bluetooth, tonos, juegos... (14-18 años).

Las emigradas digitales lo incorporan más tardíamente, generalmente como regalo procedente, bien del ámbito laboral o bien del ámbito afectivo. Rara vez el primer móvil es comprado directamente por la usuaria. En el primer caso, es percibido como una herramienta de control de la empresa, pero útil; en el segundo, como un vínculo comunicativo con la pareja (20-30 años), con los hijos (30-40 años) o con la familia (mayores de 45 años). En la franja intermedia de edad (20-40 años), sobre todo en el ámbito profesional, el móvil incorpora a su condición de herramienta social de interconexión la cualidad de herramienta de acceso a información. Pese a todo, la valoración del uso decrece en intensidad y complejidad: a medida que las emigradas digitales son mayores, su uso se simplifica y se hace más pasivo. Al mismo tiempo, la herramienta tecnológica se va despojando de valor simbólico con la edad: deja de tener valor estético, social, etc., para quedar sólo como una herramienta de utilidad restringida («que te localicen»), en cualquier caso siempre vinculada a la presencia afectiva («estar cerca») y a la seguridad («por si pasa algo»).

4.2. Intimidación frente a extimidad

En tanto que tecnología imprescindible en la vida cotidiana («como las llaves de casa o el bolso», 25-30 años) y, a la vez, herramienta de gestión de las relaciones personales, el móvil ha introducido cambios importantes en la concepción del espacio privado y la intimidad. Quizá sea este el aspecto en el que más claramente se percibe la diferencia entre nativas y emigradas digitales. Estas últimas mantienen un concepto del espacio social (privado/público) ligado a la naturaleza de las interacciones que se tienen en él (una comunicación íntima sólo puede tener lugar en un espacio privado),

(...) para hablar de cosas serias, íntimas, familiares, más privadas, más tuyo, me siento más cómoda en mi casa» (+45 años)

En el metro o en el bus me parece un cotilleo, no me gusta eso (+45 años)

Por el contrario, las nativas digitales articulan la diferencia privado/público en función del anonimato (una comunicación íntima tiene lugar en un espacio social donde no hay gente conocida). Así, las emigradas digitales utilizan el móvil como herramienta de comunicación en aspectos íntimos sólo en lugares apropiados (la casa o un sitio aislado y conocido en el que se sientan có-

modas), mientras que las más jóvenes únicamente tienen en cuenta el grado de anonimato de su situación.

Total, no voy a volver a ver a esa gente, no me conocen... (14-18 años)

Yo cuando estoy con mis padres no cojo el teléfono, o si lo cojo me voy a otra habitación, porque luego me preguntan (14-18 años)

La idea de una intimidad transparente no implica, como ha señalado Sibilía³⁰, una ausencia de intimidad o de sentido de la privacidad, sino, como ocurre en otros ámbitos tecnológicos (como las redes sociales tipo *Facebook*), un cambio en el concepto: la percepción de la intimidad se construye sobre la percepción de interés o capacidad de respuesta del otro. Si al otro no se le presupone interés ni capacidad de respuesta, socialmente no está presente. A esta intimidad de burbuja Sibilía la ha denominado, recuperando el concepto lacaniano, «extimidad», ya que se trata de una intimidad expuesta, pero que mantiene su condición en función del anonimato. La idea de extimidad aparece, además, fuertemente ligada a la percepción de la comunicación como entretenimiento, cuestión que en el caso de las nativas digitales es asumida incluso como una diferencia de género:

Ellos no llaman para tonterías, llaman más para algo concreto, a lo mejor yo me aburro y llamo y me pongo a hablar (25-30 años).

4.3. Público frente a privado

La percepción de que el móvil potencia el alcance de la vida privada allí donde se encuentra la persona física aparece reforzada, pues, no sólo por su vinculación con las comunicaciones afectivas. En el caso de las nativas digitales, además, se observa cierto sentido del dominio de la tecnología, superior al que atribuyen a los hombres.

Mi hermano no sabe hablar por teléfono, se ve que quiere colgar ya desde que lo coge, no sé si por no gastar o por que no le gusta hablar (25-30 años).

Mientras que en las nativas digitales existe un claro predominio de la esfera privada (el móvil tiene que ver sobre todo con sus amistades y su intimidad), en las emigradas digitales el problema (y a la vez, la ventaja) lo constituye la superposición de los ámbitos público y privado. Por un lado, se manifiesta cierta incomodidad por la posibilidad que abre el móvil de que aspectos y situaciones de la vida privada irrumpen en el ámbito de la vida pública (trabajo, espacios públicos como el transporte, etc.); por el otro, se aprecia precisamente esa capacidad de permanecer permanentemente en contacto con las

30. SIBILIA, Paula. *La intimidad como espectáculo*. México, FEC, 2008.

personas queridas y, por tanto, la posibilidad misma de acceder a lo privado en cualquier circunstancia. Este aspecto aparece subrayado por la importancia concedida al móvil para el contacto con los hijos y la gestión de las relaciones en el ámbito de la pareja y la familia, y se explicita, incluso, en la elección de poseer un único terminal en el que se combinan la gestión de relaciones profesionales y las privadas. Esa misma superposición se refleja también en la valoración de la capacidad permanente de localización, ya sea de la vida privada respecto de la profesional:

(...) estoy localizable para el colegio, por si pasa algo (30-40años).

(...) siempre lo pongo en silencio, incluso en las reuniones de trabajo, para ver si es importante (20-30 años).

como de la vida profesional respecto de la privada:

(...) en el aspecto laboral está claro, si no tienes móvil, no estás localizado, te quedas atrás tanto para conseguir trabajo como si surge un problema en tu trabajo y estás de vacaciones y no te localizan (+45 años).

4.4. *Control frente a independencia*

En tanto que herramienta de gestión de las relaciones afectivas y control de la accesibilidad, el teléfono móvil juega un papel clave en la articulación (y, en ocasiones, incluso, en la conciliación) de la tensión entre control e independencia. Nuevamente aquí adquieren un lugar destacado las diferencias intergeneracionales.

Para las adolescentes, el móvil es, en este sentido, una herramienta de extensión de su libertad y autonomía que amplía su capacidad de gestionar el control parental. Que los padres puedan controlar o, más precisamente, localizar a sus hijas en cualquier momento es utilizado por las adolescentes como arma para conseguir salir de casa, ya que pueden estar localizables a través de su móvil. Sienten que sus padres controlan el poder hablar y localizarlas, pero no se sienten fiscalizadas, por lo que el sentimiento de control aparece mitigado:

Si quiero puedo no contestar y decir que no lo oí o apagarlo y decir que no había cobertura (14-18).

Inversamente, para las madres el móvil es, literalmente, una extensión del cordón umbilical, una herramienta que permite localizar y acceder a las/os hijas/os y estar accesible para emergencias, proporcionando seguridad y tranquilidad.

(...) me da mucha tranquilidad en las salidas de mis hijos cuando llegan tarde (+45 años).

A mí me afectaría que mis hijos salieran por la noche y no tener la tranquilidad de saber que puedo comunicar, eso es lo que más me afectaría (+45 años).

Esa complementariedad paradójica entre control e independencia es también percibida en el ámbito doméstico, en el que el móvil se convierte en vínculo extensible (a modo de correa) y en el que, una vez más, se perciben diferencias de competencia (o acaso de atribución de necesidad) entre géneros:

A mi marido no le gusta el móvil y no lo tiene, pero, yo estoy siempre localizable, por ej: llega a las 9 de la noche o las diez y no estoy, me llama al móvil a ver si ha pasado algo; pero, si le pasa a él, pues me tengo que relajar porque no le puedo localizar (30-40 años).

4.5. *Invasión frente a seguridad*

Estrechamente relacionada con la dualidad control/independencia encontramos la contraposición invasión/seguridad. El móvil es a la vez fuente de tranquilidad, por su condición de herramienta de localización sobre la marcha, y de intranquilidad, por su capacidad de invadir situaciones y contextos sociales. La gran virtud del móvil es, así, vivida al mismo tiempo como su principal defecto: la generalización de la presunción de respuesta y la ignorancia de la situación de la usuaria contactada trastocan la tranquilidad en sensación de control opresivo.

Para los viajes cuando te has quedado colgado, para emergencias, es muy eficaz, te acostumbras a lo bueno, a la calidad de vida, te da tranquilidad llevarlo; por ejemplo, cuando vuelvo de noche a casa que voy con miedo, saco el teléfono y hago como que hablo si hay alguien detrás; me siento protegida (+45 años).

(...) todo el mundo tiene que saber dónde estás, si no se enfadan, se preocupan y se creen que te ha pasado algo; ahora no hay la opción de que no te apetezca hablar, o lo coges o lo coges, porque si no te voy a matar a llamadas, y si te quedas sin batería te ponen a caldo (30-40 años).

Me parece increíble que en un trabajo tengas que estar las 24 horas del día disponible, me parece exagerado, pero es así (30-40 años).

4.6. *Emoción frente a significado*

Finalmente, de modo muy especial para las usuarias más jóvenes, el valor del móvil como herramienta de comunicación en las relaciones sociales tiene

menos que ver con el contenido que se transmite que con el hecho de conectar. El móvil es una herramienta imprescindible no porque permite decir cosas, sino porque permite a las usuarias hacerse presentes al interlocutor/a. Este aspecto hace que la comunicación a través del móvil presente una condición esencialmente fática y emocional: la mera activación del canal permite la complicidad emocional, transmitir proximidad.

(...) toques, perdidas un montón, para indicarte que se ha acordado de ti, y le contestas al toque o no, o porque te aburres, en vez de mensajes pues una perdida, y así a mucha gente le pegas un toque y le dices que te has acordado de alguien y te hace ilusión (14-18 años).

Los mensajes cariñosos te gustan, y las felicitaciones, verlo por escrito me encanta, ya no se escriben cartas y muchos mensajes los guardas, y en un momento dado te gusta ver que se acuerda de ti cuando recibes o mandas un mensaje, puedes subirle la moral a una amiga; algunas veces me gustan tanto que los guardo en el ordenador, es bonito, para recordar (30-40 años).

5. Conclusiones

Gracias a la información recogida en el trabajo de campo a través del panel de expertos/as y los grupos de discusión con usuarias, hemos podido contrastar el punto de partida del proyecto: la importancia de la telefonía móvil para la gestión de la identidad de género. Dicha identidad debe entenderse no tanto como usos diferenciados entre hombres y mujeres, que también, sino como una forma creativa de apropiación, fruto, en parte, de nuestra socialización y, al mismo tiempo, expresión de identidades diversas.

En cuanto a los usos, la voz de los/as expertos/as, coincide en buena parte con los datos de la literatura desarrollada hasta el momento. Así pues, tanto en las motivaciones para adquirir los dispositivos como en los usos posteriores, los hombres aprecian las innovaciones tecnológicas, las prestaciones y la diferenciación social, concibiendo el dispositivo como una extensión y herramienta de trabajo y las mujeres prefieren asegurar las funcionalidades básicas, la practicidad y el diseño, centrandos sus usos en acciones comunicativas personales y cercanas. Ya hemos comentado a lo largo del artículo que, a pesar de esta primera constatación, los/as expertos/as no creen que existan elementos significativos atribuibles al género en la gestión de los distintos ámbitos de la vida cotidiana.

La ambivalencia que existe en el discurso de los operadores, productores y distribuidores de contenido, software y marketing, reguladores y medios hace aún más pertinente la pregunta sobre qué significa abordar el estudio de la tecnología móvil en perspectiva de género. Aunque los/as expertos/as

consideran que el dispositivo móvil es un icono y un distintivo social y reconocen la relevancia de las comunicaciones interpersonales para la identidad, entienden estos procesos como algo uniforme para toda la población. Cuando consideran diferencias de género, se atribuyen en este caso a elementos ajenos a la tecnología (contexto socio-cultural), planteándose así implícitamente la tecnología como elemento neutro o igualador y obviándose la complejidad del proceso de apropiación de la misma.

Por el contrario, para las usuarias esta dimensión tiene un gran peso. La apropiación y los significados atribuidos al móvil, en el caso de las nativas digitales, es de una gran fuerza. El móvil es una extensión de su vida social, permite nuevas formas de comunicación y potenciar y controlar la conectividad. El valor del móvil tiene menos que ver con el contenido que se transmite que con el hecho de conectar. También para las emigradas digitales el vínculo comunicativo tiene un gran peso. Tanto para las unas como para las otras, el móvil ha introducido cambios importantes en la concepción del espacio privado y de la intimidad, así como de su extensión en diversos ámbitos de la vida social. En este sentido, los resultados del trabajo de campo en referencia a la identidad no aportan elementos decisivos que desarrollen las implicaciones de los móviles en la gestión de los roles sociales, pero sí refuerzan las afirmaciones teóricas acerca de la importancia de estos dispositivos en la redistribución de los espacios públicos y privados, la transformación de la naturaleza de las interacciones y la transversalización de las esferas social, laboral y afectiva de las mujeres.

El discurso experto se centra en los beneficios de los dispositivos para la productividad, eficiencia y flexibilidad en el trabajo y las posibilidades de conectividad y organización en el ámbito familiar y social. Las voces de las usuarias nos permiten recoger la importancia que tiene para las mujeres de mayor edad la oportunidad de mantener el contacto con los hijos y las hijas, la gestión de las relaciones familiares o de pareja, y hacerlo a través de una herramienta única que también permite gestionar las relaciones profesionales y estar localizable. Esa característica permite, aunque sea implícitamente, presuponer un valor concedido a la tecnología como herramienta de gestión de roles sociales diversos, debiendo ser estudiado este aspecto en posteriores trabajos. Para las madres el móvil es una extensión del cordón umbilical, aportando seguridad, mientras que, para las adolescentes, supone una mayor autonomía y amplía su capacidad para gestionar el control parental. Se produce así una complementariedad paradójica entre control e independencia.

Relacionando esta idea con la seguridad física y emocional, para el discurso experto, el móvil genera una cierta dependencia respecto a la seguridad

emocional, que las usuarias identifican y conectan, además, con un sentimiento negativo de invasión de la privacidad: La seguridad que tanto se valora puede convertirse fácilmente en invasión porque todo el mundo espera no sólo poder localizarte, sino que respondas y que esa respuesta sea rápida.

En resumen, el móvil es, tanto para el discurso experto como para las usuarias, una tecnología relacional. Es vivido por las usuarias como una herramienta de extensión y gestión de la vida social fuertemente vinculada a la propia identidad. Precisamente por ello, a diferencia de los/as expertos, la usuarias identifican y reconocen una forma propia (vinculada al género) de integrar la tecnología móvil en su vida cotidiana que se encuentra estrechamente relacionada con la concepción de las relaciones sociales y los valores asociados a ellas.

6. Referencias:

- AGUADO, Juan Miguel y MARTÍNEZ, Inmaculada José. «The Construction of the Mobile Experience: The Role of Advertising Campaigns in the Appropriation of Mobile Phone Technologies». *Continuum, Journal of Media and Cultural Studies*. Vol. 21, 2 (2007), pp. 137-148.
- BEATON, John y WAJCMAN, Judy (Eds) «The Impact of the Mobile Telephony in Australia». *Australian Mobile Telephony Conference. Proceedings of the Australian Mobile Telecommunications Association Conference* (September, 2004), Sydney, Australia.
- BONDER, Gloria. *Las nuevas tecnologías de la información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Santiago de Chile, ONU-CEPAL, 2002.
- BURKLE, Margarita. «“La Tecnología las ha Olvidado” Mujeres del Tercer Mundo y Nuevas Tecnologías de Comunicación». *Razón y Palabra*, nº 9/2 (1998). <<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n9/lasam.htm>>, consultado el 10-10-2009.
- FORTUNATI, Leopoldina, KATZ, James y RICINI, Isabella (eds.) *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion*. New York, Lea, 2003.
- GESER, Hans. «Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone», en *Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile Phone*, Zurich, University of Zurich, 2004. <http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf>, consultado el 3-04-2007.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona, Península, 1995.
- GOFFMAN, Erving. *Interaction ritual: essays on face-to-face behavior*. Nueva York, Anchor Books, 1963.
- GRANT, Diana y KIESLER, Sara. «Blurring the boundaries: cell phones, mobility and the line between work and personal life». En BROWN, B., GREEN, N. y

- HARPER, R. (Eds). *Wireless World. Social and Interactional Issues in Mobile Communication and Computing*. Berlin, Springer-Verlag, 2001, pp. 121-132.
- INE (Instituto Nacional de Estadística) *Utilización de la telefonía móvil por comunidades autónomas. 2008* <<http://www.migualdad.es/mujer/mujeres/cifras/tablas/W714.xls>>, consultado el 4-05-2009.
- INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION, *World Telecommunication Development Report 2002. Reinventing Telecoms*. Ginebra, 2002. <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_02/material/WTDR02-Sum_E.pdf>, consultado el 10-10-2009.
- KATZ, James y AARHUS, Mark. *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge, Cambridge University Press, 2002.
- LEMISH, Dafna y COHEN, Akiba. «On the Gendered Nature of Mobile Phone Culture in Israel» *Sex Roles*, vol. 52, 7-8 (2005), pp. 511-521.
- LING, Rich. «We Release Them Little by Little: Maturation and Gender Identity as Seen in the Use of Mobile Telephony». *Personal Technologies*, vol. 1, 5 (2001), pp. 123-136.
- PRENSKY, Marc. «Digital Natives, Digital Immigrants», *On the Horizon*, Vol. 9, nº 5 (2001). <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>, consultado el 5-05-2009.
- PROITZ, Lin. «Gender and Sexuality in Mobile Communication». Comunicación presentada en *International Conference «Mobile Communication and Social Change»*, celebrado del 18 al 19 de octubre de 2004 en Seúl, Corea.
- RAKOW, Lana y NAVARRO, Vija. «Remote Mothering and the Parallel Shift: Women Meet the Cellular Telephone». *Critical Studies in Mass Communication* vol. 10, 2 (1993), pp. 144-157.
- SIBILIA, Paula. *La intimidad como espectáculo*. México, FEC, 2008.
- SILVERSTONE, Roger y HIRSCH, Eric (eds.) *Los Efectos de la nueva comunicación: el consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona, Bosch, 1996.
- SMITH, Steve. «You Lose Your Mobile, You Lose Everything»: *An Exploratory Study of Mobile Phones, Sexuality, Gender and Space*. Social Research Methods Department. Guilford, University of Surrey, United Kingdom, 2001.
- SORENSEN, Knut H. y STEWART, James (eds.) *Digital divides and inclusion measures. A review of literature and statistical trends on gender and ICT*, STS report no. 59, Trondheim: NTNU, Centre for Technology and Society, 2002.
- TSN-DEMOSCOPIA. *Tendencias de la mujer española en el uso de la telefonía móvil*. Madrid, 2006.
- TURKLE, Sherry. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Nueva York, Simon and Schuster, 1995.

WAJCMAN, Judy. «Feminist Theories of Technology», en JANASOFF, S.; MARLE, G.; PETERSEN, J. y PINCH, T (Eds.). *Handbook of Science and Technology Studies*. Londres, Sage, 1991, pp. 189-204.

WAJCMAN, Judy; BITMANN, Michael; JONES, Paul; JOHNSTONE, Lynne y BROWN, Jude. *The Impact of Mobile Phone on Work/Life Balance*. Sydney, Australian Mobile Telecommunications Association, 2005.