



PUCP

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

***El Smartphone en la construcción de la identidad del
adolescente***

Tesis para optar por el Grado de Licenciada en Psicología con
mención en Psicología Social que presenta la Bachiller:

MARÍA CLAUDIA MEDINA NÚÑEZ

ASESORA: MARCIA DE LA FLOR ARBULÚ

2013

Resumen

El Smartphone en la construcción de la identidad del adolescente

La adolescencia es el estadio clave en la formación de la identidad, para la cual se pueden emplear recursos naturales y simbólicos que permitan al adolescente expresarse, marcar su estilo y reafirmar su proceso de individuación, diferenciándose así de otros adolescentes y de otras generaciones. Uno de ellos es el teléfono celular el cual, gracias al avance tecnológico, ha pasado de ser un objeto de lujo a ser para muchos una necesidad social, sobre todo con la aparición del *Smartphone*. El presente estudio busca indagar si estos dispositivos están siendo usados por los adolescentes como un recurso para afrontar los retos de esa etapa de desarrollo. Se diferenciará a los usuarios de celulares básicos de los usuarios de *Smartphones*, dado que las diversas funciones y aplicaciones de estos últimos podrían brindar a los adolescentes, de forma real o simbólica, mayores recursos para el desarrollo de su identidad. Para ello se creó y aplicó la *Escala de Identidad y uso de teléfonos celulares* a adolescentes (N=160) usuarios *teléfonos celulares básicos* (N=83) y usuarios de *Smartphones* (N=77). En cuanto a los resultados, estos evidencian una diferencia entre los grupos, con respecto a la repercusión que dichos aparatos tienen en la construcción de su identidad, tanto a nivel global como en el plano de socialización y personalización.

Palabras clave: Identidad, teléfonos celulares, teléfonos celulares básicos, smartphones.

Summary

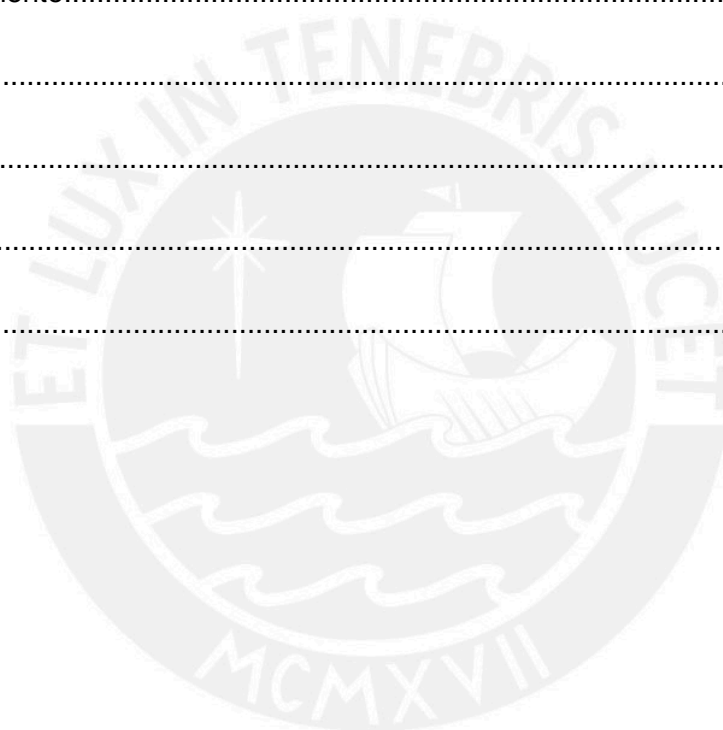
The Smartphone in the construction of adolescent identity

Adolescence is the key stage in the formation of identity, for which natural and symbolic resources can be used to allow the teenager expression, mark their style and reaffirm their individuation process, which differentiates him from other teens and other generations. One of these is the cell phone which, thanks to technological advances, has gone from being a luxury to being a necessity for many social, especially with the advent of *Smartphone*. This study intends to investigate whether these devices are being used by teens as a resource to meet the challenges of this stage of development. Differentiate the *basic cellular* users and *Smartphone* users, because of the various functions and applications of the latter would provide adolescents, real or symbolic, more resources for the development of their identity. For it was created and applied the Identity Scale and cell phone use to adolescents (N = 160) *basic cell phone* users (N = 83) and *Smartphone* users (N = 77). As for the results, these show a difference between groups with respect to the impact that these devices have in the construction of identity, both overall and in terms of socialization and customization.

Keywords: Identity, cell phones, basic phones, smartphones.

Tabla de contenidos

Introducción.....	1
Método.....	10
Participantes.....	10
Procedimiento.....	11
Resultados.....	13
Discusión.....	16
Referencias.....	20
Anexos.....	23



La tecnología y las comunicaciones han ido evolucionando de manera vertiginosa durante los últimos años, trayendo a su vez cambios a nivel cultural. Es precisamente la revolución de la telefonía celular y su masificación la que ha logrado producir cambios en diversos ámbitos de nuestra vida diaria. Esta se ha implantado en la sociedad para reconfigurar la manera en que nos comunicamos, interactuamos y nos divertimos. Es así como poco a poco, los teléfonos celulares han pasado a ser un objeto fundamental de nuestras vidas, siendo para muchos absolutamente inimaginable vivir sin ellos.

Es así como este aparato ha dejado de ser visto como una herramienta de trabajo o producto exclusivo y de lujo para convertirse en un equipo de comunicación personal, casi indispensable para la mayoría de personas (ABC.es, 2011). Más allá de la comunicación, el juego, la fotografía, la participación en redes sociales, música, televisión y descarga de aplicaciones han pasado a configurar al teléfono celular en una nueva y compleja plataforma de diversos servicios, especialmente dirigidos a los más jóvenes (Pedrero; Rodríguez; Ruíz-Sánchez, 2012).

Dada la nueva naturaleza del teléfono celular, los adolescentes han pasado a ser parte del público objetivo de las empresas de telefonía móvil. Por ello, en diversas partes del mundo se vienen realizando numerosas investigaciones referidas a este tema con adolescentes, por un lado, debido a las características propias de la etapa de desarrollo que atraviesan; y, por otro lado, porque a diferencia de los adultos, ellos han tenido la posibilidad de crecer con toda esta expansión tecnológica, por lo que se adaptan de manera más rápida a este nuevo entorno (Monroy, Herrera, López, & Cándido, s/f).

Es importante comprender que el adolescente atraviesa una etapa de diversos cambios, entre los que intenta formar su identidad y busca, a su vez, la independencia emocional de los padres o figuras de autoridad, para encontrar seguridad y apoyo en sus pares y lograr así un rol en la sociedad (Coleman, 2003). De este modo, ellos buscan ejercer un mayor control sobre sus vidas, buscando validar su identidad y sentirse parte de un grupo, del cual espera recibir soporte social.

La identidad es un proceso a través del cual las personas se reconocen a sí mismas como únicas y, a su vez, como parte de un grupo más grande de individuos con los cuales comparte características básicas de espacio y tiempo (Castañeda, 2012). Dentro de diversos modelos de desarrollo, una propuesta conocida es la de Erick Erickson, quien realizó los primeros análisis y descripciones de la identidad personal a lo largo del ciclo vital. Para él, la adolescencia es el estadio clave en la formación de la identidad, siendo

esta la que diferencia a las personas y las autodefine ante otras. Esto quiere decir que el individuo se juzga en base a cómo los demás le juzgan, y tiene una gran necesidad de ser reconocido y aceptado por sus compañeros o por los adultos (Fierro, 1997).

Por ello, la construcción de la identidad se va conformando a través del tiempo en base a experiencias propias, las relaciones sociales, percepciones personales y en base al ambiente donde nos desarrollemos (Contreras, Balcázar, Gurrola, & González, 2010). Es así que la identidad, al tener un carácter dinámico, permite al individuo integrar las diversas referencias identificatorias vinculadas a su historia y a su rol social, como la pertenencia a un grupo social, etaria, sexual, entre otras (Castañeda, 2012).

En la actualidad, son diversos los recursos que emplean los adolescentes para la construcción de su identidad. Por un lado, a través de la vestimenta, los peinados y la música, los adolescentes empiezan a expresarse, marcar su estilo y reafirmar su identidad, para lograr así diferenciarse de otros adolescentes y de otras generaciones, como los adultos. Asimismo, las redes sociales se han convertido en otro espacio a través del cual los adolescentes han seguido reformulando su proceso de individuación, expresando sus opiniones y desarrollando y manifestando actitudes, mientras las valida con el grupo (Moral, 2004).

Por otro lado, el proceso de construcción de la identidad también se apoya en el uso material y simbólico de diversos objetos, los cuales satisfacen necesidades vinculadas a la naturaleza del objeto, como otras que pueden llegar a ser incluso más importantes para el usuario o consumidor. Tal es el caso del teléfono celular, el cual según Consuelo Yarto (2009), directora e investigadora de la Maestría de Comunicaciones de la Universidad de Monterrey, el uso del teléfono celular incide en la identidad de los usuarios en cuatro aspectos: Imagen personal, autonomía, construcción del Yo e identidad colectiva.

En primer lugar, en cuanto a la imagen personal, el teléfono celular no es solo una herramienta para interactuar con otros, es también un medio de comunicación simbólica ya que dice cosas acerca de su dueño en la medida que se ha incorporado como parte de su imagen pública, ayudando a reconocer o caracterizar a dicha persona. A su vez, brinda una imagen social positiva de quien lo porta, al ser visto como un símbolo de estatus, reconocimiento y poder económico, sobre todo entre los más jóvenes, al proyectar su individualidad, su estilo de vida y su sentido de la moda (Yarto, 2009).

Es en este momento en el que entra en juego la personalización, donde la oferta de dispositivos se multiplica y diversifica para la expresión del sí mismo (Pallavicini, 2008). Esto se da gracias a la elección del color y modelo del equipo, del *ringtone*, del fondo de pantalla, del estuche o carcasa, y de cualquier otro adorno que dicho dispositivo pueda llevar. Incluso, se habla de que existen celulares con diferentes perfiles según el género del usuario, siendo los modelos centrados en la tecnología los preferidos por los hombres y aquellos en los que se enfatiza la estética los que suelen preferir las mujeres (Skog, 2002)

En segundo lugar, y en el caso particular de adolescentes, contar con un medio de comunicación personal les brinda autonomía ya que les permite construir redes de interacción que escapen al monitoreo de sus padres u otras figuras de autoridad. Así, no importará el contenido de sus conversaciones ni el horario en el que las realicen, por lo que la comunicación es vista como una práctica clandestina y hasta emancipadora (Yarto, 2009). Incluso, para algunos autores, la búsqueda de autonomía importa mucho más que mostrar estatus y superioridad o la pertenencia a una clase social, sobre todo para el caso de los adolescentes, que ven la independencia y la libertad como elementos indispensables para el establecimiento de una identidad diferenciada con respecto a la familia (Pallavicini, 2008).

Además, el celular sería un elemento que contribuiría al proceso de emancipación de los adolescentes, haciéndolo menos preocupante tanto para ellos como para sus padres, ya que les permite mantenerse en contacto cuando, por ejemplo, los hijos salen de casa. Sin embargo, dado que el teléfono celular refuerza el control paterno y es, a su vez, un medio de contacto y de pertenencia al grupo de pares, puede resultar un aparato ambivalente:

“En el caso de los adolescentes, con cierta ironía, el teléfono celular o es una herramienta importante para el contacto profundo con el grupo de pares, pero la libertad que éste ofrece en construir amistades se vuelve menos atractivo cuando un padre insiste en usar ese dispositivo para monitorear el paradero de su hijo”.

(Geser, 2004, pp. 12)

Asimismo, dicha búsqueda de autonomía va de la mano con la necesidad de control y la toma de decisiones que, para el caso específico del uso de celulares, se ve reflejado en decidir a quién le van a dar su número telefónico, a quién o quiénes le contestarán la llamada, en qué momentos consideran necesario apagar el teléfono para no ser contactados, y hasta controlar o modular su voz para que quienes están cerca se enteren o no de la conversación (Bautsch, 2001).

De este modo, dicha búsqueda de control y privacidad ha hecho que los adolescentes consideren el envío de mensajes como una herramienta útil y muy valiosa, además de ser rápido y permitirles hacer varias cosas a la vez. Incluso, con estos equipos pueden configurar el espacio público y privado, compartiendo un mensaje a través de chat con una persona que se encuentra en el mismo ambiente que ellos, omitiendo así a los demás. Incluso, sus padres tendrían el acceso casi restringido a sus mensajes ya que no todos manejan esta serie de equipos (Grant & O'Donohoe, 2007). Por ello, no debería extrañarnos que, para los adolescentes de Estados Unidos, la mensajería instantánea se haya convertido en el medio de comunicación preferido (54%), seguido por la llamada desde un teléfono celular (38%) y por la conversación cara a cara (33%) (Pew Internet, 2010).

En un tercer punto está la construcción del Yo, que es entendido por Consuelo Yarto (2009) como la demanda que tiene el adolescente de información y dirección de los otros para guiar su comportamiento, ya que los padres van quedando atrás como personas de referencia. Por ello, las nuevas formas de identidad requieren de los demás para construirse, y de ahí la necesidad de mantener un contacto ininterrumpido con ellos si no cara a cara, al menos a través de los medios y tecnologías de comunicación.

Es precisamente la posibilidad de estar siempre disponibles para sus amigos más cercanos una de las cosas que los adolescentes valoran más de sus teléfonos celulares. La *Kyung Hee University* de Korea realizó una investigación para intentar comprender las causas del uso de teléfonos celulares entre las adolescentes con la finalidad de sugerir alternativas a dicho uso. Dentro de los resultados obtenidos se concluyó que aquellas mujeres que enviaban mensajes de texto con mayor frecuencia tenían a su vez un mayor grado de solidaridad interpersonal. Esto se veía reforzado gracias a la posibilidad de enviar mensajes ilimitadamente, de acuerdo a los planes ofrecidos por las compañías móviles, quienes desde la perspectiva de los investigadores estarían contribuyendo a formar un comportamiento problemático y casi adictivo (Chung, 2011).

Entonces, el celular se convertiría en un sistema mediante el cual el sujeto adquiere cierta seguridad existencial individualizada a través de su grupo social en línea, ya que la conectividad que posibilita el teléfono celular lleva a suponer que hay un "otro" que siempre está ahí para brindar información, afecto o apoyo (Giddens, 2004). Asimismo, se generan nuevos patrones de dependencia y confianza, ya que a través de la comunicación por medio de este dispositivo se valida la conducta, los pensamientos y los sentimientos, que se van consolidando con las opiniones de los otros (Geser, 2004).

Finalmente, en cuanto a la identidad grupal, el dispositivo celular permite a los adolescentes estrechar lazos con sus pares y al mismo tiempo marcar distancia con respecto a los adultos. 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 (Yarto, 2009).

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 en la que el sujeto participa como una forma de reafirmar su pertenencia a la comunidad (Nafus & Tracey, 2009). De este modo, poseer un teléfono celular evidencia que somos solicitados por los otros y que disponen de un medio para estar accesibles e integrados al grupo:

"Mi hija, que tiene 12 años, usó todos sus ahorros para comprarse el celular, que le costó \$ 150. En la escuela, todas las compañeras que integran su grupo de amiguitas tiene teléfono móvil, así que ella no quería ser menos"

M.T. (La Gaceta, 2005)

De esta manera, el teléfono celular pasa a ser parte importante de la vida de los adolescentes, convirtiéndose en una fuente de expresión de su identidad e independencia. Así, no solo se cubren algunas de las nuevas necesidades del adolescente sino que además, el consumo de estos aparatos define nuestra pertenencia a determinado grupo (Sánchez-Martínez & Otero, 2009). Dicha pertenencia viene acompañada, además, de un conjunto de códigos o normas en cuanto al lenguaje, como palabras y abreviaturas que son solo familiares para un grupo restringido de personas (Geser, 2004).

De este modo, además de fomentarse la comunicación e interacción, se hace una manifestación pública de pertenencia a determinada red o grupo de amigos y que, a mayor número de amigos o contactos, más atractivo y popular puedes resultar ser (Preibusch & Beresford, 2009).

Según un estudio realizado en Estados Unidos por la consultora de investigación *Harris Interactive* y la *International Association for the Wireless Telecommunications Industry* (2008) con 2,089 adolescentes entre 13 y 19 años, el 57% de ellos consideraba que sus teléfonos celulares son la llave de ingreso a su vida social y que hablan de cuán populares son. Por ello, para el 47% de los encuestados, en caso desapareciera la opción de enviar mensajes de texto, su vida social acabaría, sobre todo para las mujeres (54% vs.

40%). Además, el 80% refirió que dichos aparatos les proveen seguridad, siendo útil cuando necesitan alguien que los movilice o les haga compañía (79%), cuando necesitan obtener información (51%) o para ayudar a alguien que está en problemas (35%).

Por ende, son precisamente los adolescentes los usuarios más entusiastas y sofisticados de teléfonos celulares, tal como se concluyó en un estudio realizado por la Universidad de Strathclyde, en Escocia, con 45 adolescentes entre 14 y 17 años. En dicha investigación se realizó un recuento de sus experiencias en el uso de teléfonos celulares en base a principios fenomenológicos. Dentro de las sesiones grupales ellos reportaron que consideraban dichos equipos como una constante compañía y una necesidad social (Grant & O'Donohoe, 2007):

El mío está 24/7 y durante la noche y todo, y si se está cargando sigue encendido. Lo dejo encendido todo el tiempo. Yo conozco un montón de gente que hace eso, por si acaso pasa algo (mujer, 14 años).

(Grant & O'Donohoe, 2007, pp. 281)

No obstante, algunos estudios señalan que existirían diferencias en la frecuencia y uso de teléfonos celulares entre hombre y mujeres. En una investigación sobre el uso de la Internet y el teléfono celular realizado con 1011 estudiantes de la Universidad de Córdoba, España, se concluyó que las mujeres enviaban más mensajes de texto por día que los hombres, y hablan más por el móvil que ellos. Además, ellas reconocen un mayor fracaso a la hora de intentar reducir el gasto que este aparato les genera. No obstante, se considera tomar estos resultados con cuidado ya que, probablemente, pueda haber algún tipo de prejuicio y estereotipo referente a que las mujeres son quienes más utilizan el teléfono para conversar con sus amigas, a diferencia de los hombres, y que, por lo tanto, las respuestas estén cargadas de cierta deseabilidad social (Ruiz-Olivares, Lucena, Pino, & Herruzo, 2010).

Si bien lo planteado hasta el momento parte de una perspectiva psicológica donde la adolescencia es una etapa de la vida que se inicia con la pubertad y en la cual el ser humano tiene diversas tareas y retos que afrontar hasta alcanzar autonomía, no podemos dejar de lado el ámbito sociocultural. Desde ese punto de vista, la adolescencia se definirá también según el lugar que uno ocupe en determinado momento histórico, por lo que la forma como el adolescente afronte los retos propios de su desarrollo estarán supeditados a las características de la época que le toque vivir, su situación familiar, género y nivel socioeconómico (Weissmann, 2000).

Dicho esto, es importante mencionar que nuestro país no es ajeno a los cambios tecnológicos. Un estudio realizado por Ipsos Perú en el año 2012 señala que el 55% de los adolescentes limeños entre 12 y 17 años posee un teléfono celular, de los cuales sólo el 18% cuenta con un *Smartphone*. No obstante, el 46% tenía pensado cambiar su celular en los próximos 6 meses motivados por la búsqueda de un equipo más moderno (21%). Dentro de los drivers que los llevarían a escoger entre un modelo u otro está el diseño (43%), equipo más liviano (38%), procesador más rápido (38%), pantalla más grande (28%) y más aplicaciones (20%).

Asimismo, dada la reducción de precios de estos dispositivos y el aumento de las importaciones de los mismos, es de esperarse que, al menos en Lima, la demanda de estos equipos siga en alza. A esto, hay que sumarle las facilidades y variados precios que en la actualidad las compañías de teléfono Movistar y Claro les dan a escolares y jóvenes universitarios y de Institutos para obtener *Smartphones* (La Prensa, 2013).

En base a lo presentado, los *Smartphones* brindarían movilidad, prestigio, comunicación, compañía y entretenimiento a quien lo usa; pero, además, estarían contribuyendo a afrontar los retos de la adolescencia, como la búsqueda de intimidad con los amigos, la independencia de la familia, la formación de su identidad y el establecimiento de redes de modelos y amigos de apoyo mutuo, llegando finalmente a sentirse socialmente exitosos (Pea et al., 2012).

En ese sentido, la presente investigación busca indagar si el teléfono celular y el *Smartphone* están siendo usados por los adolescentes como un recurso para afrontar los retos de esa etapa de desarrollo; por un lado, en el desarrollo de la identidad de manera general y, en un segundo nivel, en algunos de los componentes propuestos por la teoría: socialización, personalización y privacidad. Además, se buscarán conocer los diversos usos que los adolescentes le dan a su teléfono celular, en relación a las aplicaciones y funciones que usan, ya sea un celular básico o un *Smartphone*.

MÉTODO

Participantes

Se contó con la participación de 173 adolescentes entre 12 y 17 años de un colegio particular del distrito de Santiago de Surco, de los cuales 160 contaban con teléfono celular, por lo que son quienes integran la muestra final de esta investigación.

De esta manera, participaron 75 mujeres y 85 hombres de 2° a 5° de Secundaria, con una edad media de 15 años. Del total de la muestra 48% participantes cuentan con un Blackberry o *Smartphone*, y 52% cuentan con un *teléfono celular básico*. En promedio, los participantes reportaron haber tenido su primer celular a la edad de 10 años.

Cabe mencionar que el desarrollo de esta investigación se sustentó en un estudio previo de tipo cualitativo para la posterior elaboración del cuestionario. Esta etapa previa contó con la participación de 8 adolescentes entre 12 y 17 años de edad de Lima Metropolitana. Según las cuotas establecidas, ellos cumplían con las siguientes características: 3 mujeres y 3 varones que poseen un *Smartphone* con, por lo menos, acceso a redes sociales y chats de manera ilimitada; y, una mujer y un hombre con un teléfono celular con funciones básicas de envío y recepción de llamadas y mensajes de texto. Todos ellos pertenecen a distritos de Lima Moderna y estudian en colegios particulares.

Instrumentos

- Guía de indagación (Anexo A)

Se desarrolló una guía de indagación para la realización de entrevistas semi-estructuradas a los participantes, la cual busca abordar los siguientes temas:

- Experiencia del participante con teléfonos celulares
 - Uso y funciones que el participante le da a su teléfono celular
 - Involucramiento del participante con su dispositivo móvil
 - Identidad y teléfono celular: Identidad grupal, privacidad y personalización.
- Escala de Identidad y uso de teléfonos celulares (Anexo B): esta escala está compuesta de 10 ítems que fueron construidos en base a la información recogida en la fase cualitativa. El análisis presentó una adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin de 0,76, y una significación de .00 en la prueba de esfericidad de Bartlett.

Tiene una confiabilidad de 0.73 y 3 factores que explican el 52.44% de la varianza total:

- “Socialización” (.63), referido al teléfono celular como medio para contactarse con los amigos y ser parte del grupo
 - “Personalización” (.57), referido al teléfono celular como un dispositivo personal y privado a través del cual pueden compartir sus cosas personales
 - “Privacidad” (.69), referido al teléfono celular como medio para mostrar gustos personales: hobbies, música favorita, colores favoritos, entre otros.
- Consentimiento informado: en cuanto al cuidado de la ética durante el desarrollo de esta investigación, todos los participantes fueron informados sobre el objetivo central del estudio a través de un Consentimiento Informado (Anexo C), así como la relevancia de su participación, la confidencialidad de los datos y la posibilidad de no contestar alguna pregunta o terminar la entrevista o encuesta en el momento que lo desearan.

Procedimiento

Al inicio de la investigación se contactó, por referencias personales, con adolescentes que cumplieran con las características antes mencionadas para la realización de entrevistas semi-estructuradas. Con la información recolectada se procedió a la elaboración de ítems para cada una de las áreas trabajadas en la entrevista, así como variables sociodemográficas y de control. En base a dichas variables, se construyó el cuestionario para la fase cualitativa.

En una segunda instancia, se realizó el contacto con un colegio particular de Lima Metropolitana para la aplicación del cuestionario a los alumnos y alumnas de 2° a 5° de Secundaria. Para ello, se envió una carta mediante la cual la Pontificia Universidad Católica del Perú solicitó la participación del colegio y confirmó que la investigación tenía fines estrictamente académicos y que estaba a cargo de la Especialidad de Psicología.

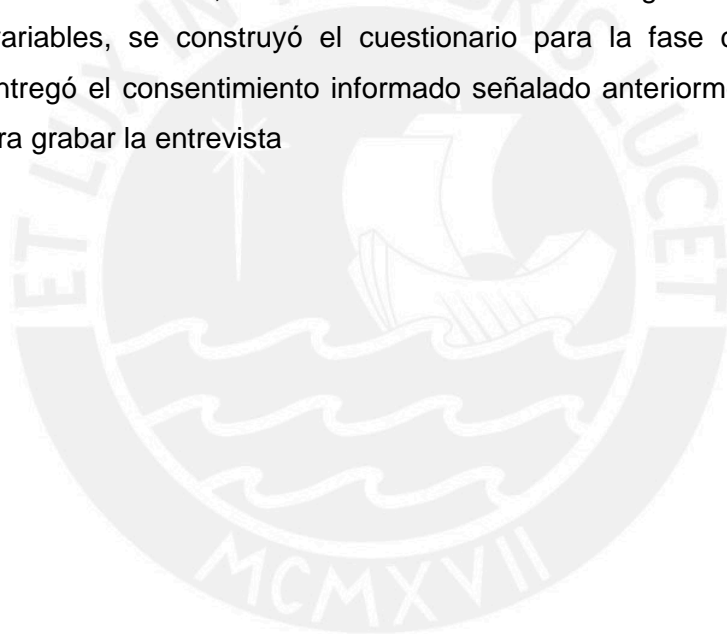
Para fines prácticos de la investigación, el cuestionario fue aplicado de manera virtual, a través de la plataforma de Intranet del colegio participante, y desarrollado durante las clases de computación de los alumnos. Esto permitió resolver dudas y que todos contestaran el cuestionario, para poder así asegurar la muestra.

Una vez recogida la data se analizó la distribución de los ítems a nivel descriptivo, revisando tanto las frecuencias de cada ítem como la asimetría y curtosis. Esto sirvió para

detectar si algún ítem estaba presentando el efecto techo o suelo, ya que esto podría influir en los posteriores análisis.

Posteriormente se realizó un Análisis Factorial con rotación Varimax para los ítems de la Escala y se hallaron los puntajes totales y por cada área. Asimismo, se realizó el Análisis de fiabilidad para cada escala (Anexo D).

Cabe resaltar que para la etapa previa a la construcción del cuestionario se contactó, por referencias personales, con adolescentes que cumplieran con las características antes mencionadas para la realización de entrevistas semi-estructuradas. Con la información recolectada se procedió a la elaboración de ítems para cada una de las áreas trabajadas en la entrevista, así como variables sociodemográficas y de control. En base a dichas variables, se construyó el cuestionario para la fase cualitativa. A ellos también se les entregó el consentimiento informado señalado anteriormente y se les pidió su aprobación para grabar la entrevista.



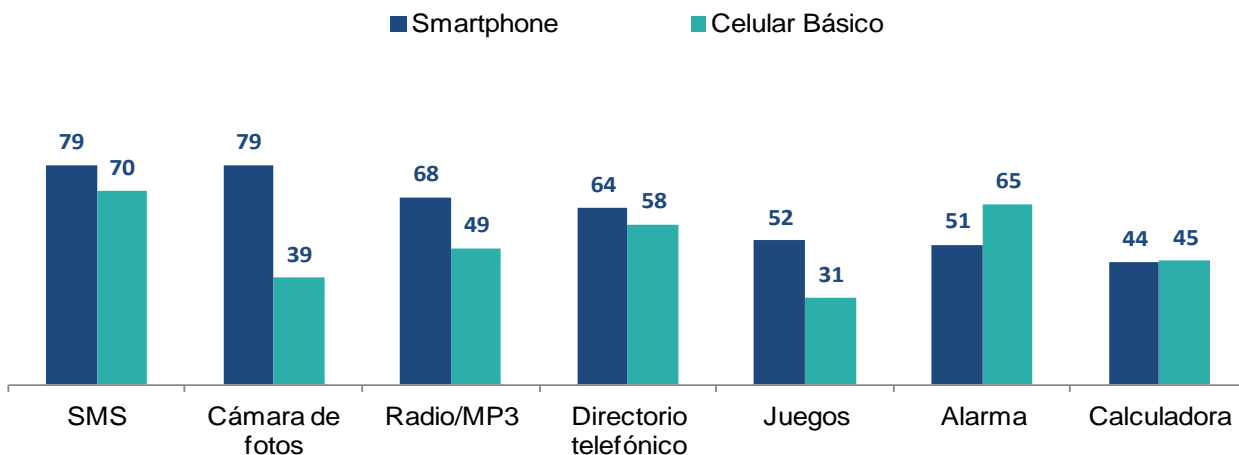
Resultados

Usos del teléfono celular

Se obtuvieron frecuencias sobre las funciones que usan los adolescentes en sus teléfonos celulares, tanto para los que cuentan con un *Smartphone* o *Blackberry* como para los que tienen un *teléfono celular básico*.

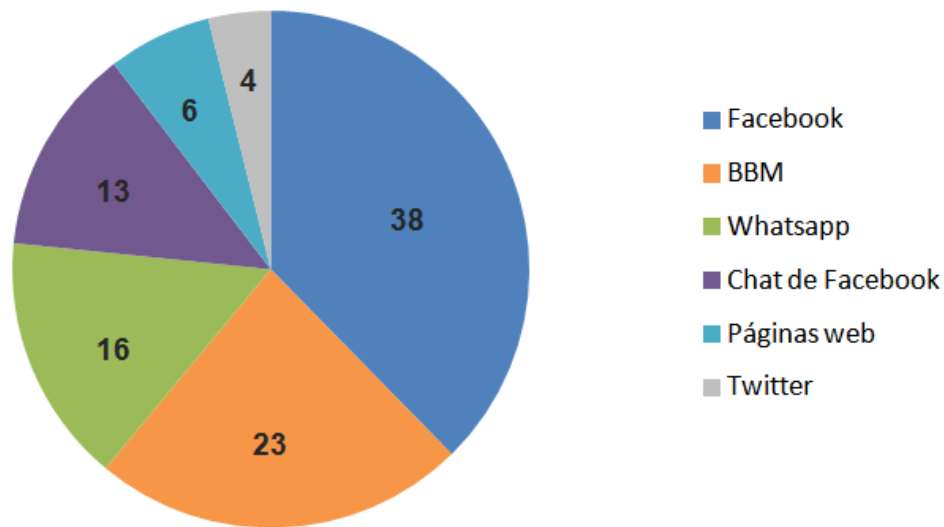
Se observa que, para el caso de los usuarios de *Blackberry* y *Smartphones*, el uso de mensajes de texto y de la cámara fotográfica son las funciones más utilizadas, seguidas por la radio o mp3. De manera similar, para el caso de usuarios de *teléfonos celulares básicos*, los mensajes de texto son la función más utilizada, seguida por la alarma y el directorio telefónico

Gráfico 1. Funciones más usadas en los teléfonos celulares (%)



Adicionalmente, se les consultó, sólo a aquellos que contaban con un *Smartphone* o *Blackberry*, por la aplicación que usan con mayor frecuencia. La más utilizada es Facebook (38%), seguida por los *Blackberry Messenger* (23%), *Whatsapp* (16%) y *Chat de Facebook* (13%). Con una menor frecuencia de uso se encuentran las Páginas Webs (6%) y Twitter (4%).

Gráfica 2. Aplicaciones más usadas en Smartphones (%)



Escala de Identidad y uso de teléfonos celulares

Para el caso del factor “Socialización”, asumiendo normalidad de varianzas ($p = 0.76$, $F=0.097$), también se hallaron diferencias entre los usuarios de *Smartphones* ($M = 18.31$, $DE = 3.86$) y de *teléfonos celulares básicos* ($M = 15.82$, $DE = 3.47$). Esta diferencia es significativa $t(152) = 3.29$ y, al igual que la escala total, tiene una magnitud mediana ($\Delta=0.68$) según el criterio de Cohen.

Tabla 1
Prueba T para 2 muestras independientes: Socialización

<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
4.213	152	<.00	2.494	.592	1.324	3.663

* significancia < 0.001

De forma similar, el factor “Personalización”, con igualdad de varianzas ($p=0.76$, $F=0.93$), presenta diferencias entre los usuarios de *Smartphones* ($M = 6.75$, $DE = 2.05$) y de *teléfonos celulares básicos* ($M = 5.49$, $DE = 2.08$). Esta diferencia es significativa $t(152) = 3.29$ y también tiene una magnitud mediana ($\Delta=0.61$) según el criterio de Cohen.

Tabla 2**Prueba T para 2 muestras independientes: Personalización**

<i>t</i>	<i>gl</i>	p	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
3.781	152	<.00	1.260	.333	.602	1.918

* significancia < 0.001

Finalmente, para el factor "Privacidad", asumiendo igualdad de varianzas ($p= 0.325$, $F=0.97$), si bien se presentan diferencias entre las medias de las puntuaciones de los usuarios de *Smartphones* ($M = 6.94$, $DE = 2.37$) y de celulares básicos ($M = 5.97$, $DE = 2.22$), con $t(152) = 3.29$ dicha diferencia no es significativa y tiene una magnitud pequeña según la d de Cohen ($\Delta=0.42$).

Tabla 3**Prueba T para 2 muestras independientes: Privacidad**

<i>t</i>	<i>gl</i>	p	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
2.595	152	<.01	.961	.370	.229	1.693

* significancia < 0.001

Discusión

Los resultados encontrados evidencian una diferencia entre los adolescentes usuarios de teléfonos básicos y de *Smartphones*, con respecto a la repercusión que dichos aparatos tienen en la construcción de su identidad.

El factor “*Socialización*” es el que a nivel estadístico mostró mayor diferenciación entre usuarios de *Smartphones* y *teléfonos celulares básicos*. Lo que se estaría evidenciando es que los *Smartphones*, más allá del rol funcional que ejercen como medio de comunicación, cumplen un papel importante en la socialización y en la integración con los pares. De esta manera, el *Smartphone* está siendo visto como una herramienta que hace posible dejar de lado la timidez, permitiendo interactuar y estar en contacto con el grupo de amigos.

El *Smartphone*, a diferencia de un *teléfono celular básico*, brinda muchas más formas de comunicación. Mientras que con un móvil básico los tipos de comunicación posibles son las llamadas telefónicas y los mensajes de texto, con un *Smartphone* las posibilidades de comunicarse incluyen además los chats, donde es posible conversar tanto con una persona como con un grupo de personas de forma simultánea en un grupo o sala de chat. Por ello, estas aplicaciones son valoradas y, según lo reportado por la muestra, son las más utilizadas.

Si bien Facebook se posiciona como la aplicación más usada (38%), le siguen *Blackberry Messenger* (23%), *Whatsapp* (16%) y *Chat de Facebook* (13%), cuya función principal, la de mensajería instantánea, es la misma y cuyo uso varía según el tipo de *Smartphone* que se tenga. Esto significa que, de manera total y en base a la función que cumplen, los chats o aplicaciones de mensajería instantánea serían la aplicación más usada por los adolescentes (52%).

Dichas aplicaciones de mensajería instantánea son valoradas por los adolescentes por ser un buen espacio para conversar con los amigos, el *Smartphone* les permite además estar al tanto de lo que ocurre en las redes sociales, donde construyen su identidad virtual, mostrando los videos y canciones de sus grupos favoritos, compartiendo sus fotografías y contando sus experiencias y pensamientos (Eroski Consumer, 2008). De este modo, a través del dispositivo móvil los adolescentes pueden mostrar parte de su vida, gustos y preferencias, lo que le da un valor agregado a los *Smartphones*.

Además, es importante tomar en cuenta que el 65% de los usuarios de *Smartphone* cuentan con una línea postpago, lo cual les permite usar dichos aplicativos de forma ilimitada, estando así disponibles para sus amigos todo el tiempo sin generar costos adicionales, lo cual es bastante valorado por el segmento adolescente (Chung, 2011).

De esta forma, para aquellos adolescentes que cuentan con un *Smartphone*, el uso de este aparato es sinónimo de tener una vida social activa, permitiéndoles de esta forma estar conectados con sus amigos y ser parte del grupo, convirtiéndose así en el nuevo referente social en esta etapa del desarrollo (Yarto, 2009).

Por su parte, el factor “Personalización” también mostró diferencias a nivel estadístico entre usuarios de *Smartphones* y *teléfonos celulares básicos*. Al igual que la moda, la personalización del dispositivo móvil puede ser una expresión de la identidad ya que si bien no son los únicos que tienen teléfono celular, tienen la posibilidad de apropiarse de este objeto y dotarlo de elementos que expresen su individualidad.

De esta manera, los intereses personales y la biografía de cada persona se ve volcada en estos aparatos, ya sea a través del *ringtone* o las imágenes que se usen como protector de pantalla, e incluso a través de la personalización de contenidos, como las aplicaciones que uno decide descargar. Por ello, el teléfono celular no solo les permite ser parte del grupo sino también diferenciarse del resto, mostrando sus gustos y ciertas características de personalidad (Izco, 2007).

Finalmente, el factor “Privacidad” no mostró diferencias entre usuarios de *Smartphones* y *teléfonos celulares básicos*; probablemente, porque el hecho de ponerle clave no sea lo que lo convierte en un dispositivo seguro para compartir información. Los teléfonos celulares dan a los adolescentes la sensación de seguridad y privacidad, permitiéndoles tener una conversación fuera del control de sus padres y en el momento que lo necesiten (Weezel, A; Benavides, C., 2009), lo cual es posible gracias a las diversas aplicaciones que pueden emplear, como *Blackberry Messenger*, *Whatsapp* y el *Chat de Facebook*.

Las aplicaciones de mensajería instantánea podrían ser las que brinden esa sensación de privacidad ya que permiten reconfigurar el espacio público, convirtiéndolo en un espacio más libre para compartir confidencias de manera más abierta y desinhibida, evitando el juicio valorativo de sus pares (Gonzales P., 2012). Además, los adolescentes prefieren usar sus teléfonos celulares que el Internet para enviar mensajes a sus amigos, ya que estos dispositivos les pertenecen de manera exclusiva; no obstante, es importante

mencionar que, una vez terminada la conversación, tienen la posibilidad de eliminarla, asegurando así que ya nadie podrá verla, algo que no es posible hacer en *Facebook*.

De esta manera, la privacidad es valorada, no por el uso de contraseña para acceder al dispositivo móvil, ya sea un *teléfono celular básico* o *Smartphone*; sino, por las numerosas alternativas que tiene para que los usuarios se expresen de manera libre y segura a partir de la reconfiguración del espacio público.

Por otro lado, en diversas fuentes que hablan sobre el uso de los teléfonos celulares, se menciona que es un elemento que da cierto estatus o poder al que lo porta. Sin embargo, la primera versión de la Escala de Uso Simbólico del Teléfono Celular incluía el ítem “*Algunas personas se creen más importantes por tener Teléfonos Celulares*”, el cual fue eliminado porque no aportaba una buena correlación en la Prueba de Fiabilidad. Esto podría indicar que, para el caso específico de los adolescentes, tener un teléfono celular no necesariamente signifique ser mejor que uno u otro sino, ser parte de un grupo o comunidad y sea eso lo que los haga sentirse importantes y valorados.

Es importante tomar en cuenta que dicho ítem fue construido en base a una entrevista realizada a una adolescente de 12 años que tenía un *teléfono celular básico* y que presentaba características sociodemográficas por debajo del promedio de los demás entrevistados y, en cuyo entorno, probablemente el tener un teléfono celular sí implique tener un mejor estatus o posición que el resto.

Asimismo, se ha hablado mucho de si el uso de teléfonos celulares, específicamente del *Smartphone* o *Blackberry*, se ha convertido en una moda y “muchos se lo compran porque los demás tienen”. No obstante, los ítems “Muchas personas empiezan a comprarse teléfonos celulares por moda” y “Me compré un celular porque todos mis amigos empezaban a tener uno” tampoco pasaron la Prueba de Fiabilidad. Esto podría deberse a que no vean los teléfonos celulares como algo pasajero o netamente novedoso ya que, a diferencia de los adultos, los adolescentes han crecido con toda esta expansión tecnológica y, para el caso específico de la muestra, el 63% tuvo su primer celular entre los 8 y 11 años. Esto no solo les permite adaptarse de manera más rápida a estas nuevas tecnologías sino también verlas como parte de su vida cotidiana y del ser adolescentes (Monroy, Herrera, López, & Cándido, s/f).

Los resultados muestran que, dado el gran desarrollo tecnológico, la telefonía móvil juega un papel importante en la vida de los y las adolescentes, muy diferente al que tenía generaciones atrás. Hoy en día, los adolescentes tienen la posibilidad de cubrir diversas necesidades gracias al uso de sus teléfonos celulares; sin embargo, tal como lo indican los resultados, quienes cuentan con un *Smartphone* sienten que dicho aparato brinda mayores posibilidades de estar en contacto con el grupo de amigos, de mantenerse al tanto de lo que pasa en su entorno y de expresar su personalidad. Es así como el teléfono celular ha dejado de ser sólo medio de comunicación para convertirse en un dispositivo a través del cual es posible construir diversos significados.

Si bien este estudio puede ayudar a comprender por qué el teléfono celular tiene un rol importante en la vida de los adolescentes, el aporte de otras ramas de la Psicología será importante para entender el impacto que tienen estos dispositivos. Por ejemplo, desde un enfoque clínico, empezar a preguntarnos si se puede hablar de “adicción” a los teléfonos celulares, término que ya se está usando en países de Asia y Europa donde incluso se han empezado a crear y validar escalas para medir dicho constructo.

Hasta hace algunos años se estudiaba el uso de teléfonos celulares teniendo como foco central el envío de mensajes de texto; no obstante, estos han ido perdiendo protagonismo gracias al *Smartphone* y sus diversas aplicaciones y funciones, por lo que es importante realizar mayor investigación respecto al uso de estos dispositivos móviles, tanto las motivaciones que hay detrás como la repercusión que tienen en nuestras vidas.

Referencias

- ABC.es. (22 de abril de 2011). *La evolución de los teléfonos móviles en imágenes*. Recuperado el 24 de marzo de 2012, de ABC.es: <http://www.abc.es/20110322/tecnologia/abci-evolucion-telefonos-moviles-imagenes-201103221009.html>
- Bautsch. (2001). *An Investigation of Mobile Phone Use: a socio-technical approach Department of Industrial Engineering*. University of Wisconsin, Madison.
- Castañeda, L. (2012). El celular como elemento de la identidad juvenil. *Revista de Educación y Desarrollo* , (13) 57-63.
- Chung, N. (2011). Korean adolescent girls' addictive use of mobile phones to maintain interpersonal solidarity. *Social behavior and personality* , (39), 1349-1358.
- Coleman, J. (2003). *Psicología de la adolescencia*. Madrid: Morata.
- Contreras, G., Balcázar, P., Gurrola, G., & González, G. (2010). Factores que influyen en la construcción de la identidad en adolescentes. *Revista Científica Electrónica de Psicología de la UNAM* , (8),107-128.
- El Comercio. (9 de Noviembre de 2012). *El Comercio Perú*. Recuperado el 18 de marzo de 2013, de <http://elcomercio.pe/actualidad/1494085/noticia-Smartphones-ya-representan-26-mercado-telefonos-movil>
- Eroski Consumer. (2008). *Revista Eroski Consumer*. Recuperado el 15 de mayo de 2013, de <http://revista.consumer.es/web/es/20080601/pdf/internet.pdf>
- Fierro, A. (1997). Identidad personal. En E. Martí, J. Onrubia, *Psicología del desarrollo: el mundo del adolescente* (págs. 21-28). Barcelona: ICE/Horsori.
- Geser, H. (2004). Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone. *Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile Phone* , http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf.
- Giddens, A. (2004). *Modernidad e identidad del Yo: el Yo y la sociedad en la época contemporánea*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gonzales P., L. (19 de octubre de 2012). *Generación muda: Por el chat y los SMS, se pierde la charla cotidiana*. Recuperado el 23 de mayo de 2013, de Clarín.com: http://www.clarin.com/sociedad/Generacion-muda_0_795520621.html
- Grant, I.; O'Donohoe, S. (2007). Brand in the Hand or Sand in the Hand? A Contextualized Account of Adolescents' Mobile. *Advances in Consumer Research* , (34), 280-285.

- Harris Interactive. (23 de setiembre de 2008). *Cell Phones Key to Teens' Social Lives, 47% Can Text with Eyes Closed*. Recuperado el 3 de mayo de 2012, de Marketing Charts: <http://www.marketingcharts.com/interactive/cell-phones-key-to-teens-social-lives-47-can-text-with-eyes-closed-6126/>
- Ipsos Perú. (2012). *Perfil del adolescente y joven*. Lima: Ipsos APOYO OPINIÓN Y MERCADO.
- Izco, M. (2007). *Los adolescentes en la planificación de medios. Segmentación y conocimiento del target*. Navarra, España: Universidad de Navarra.
- La Gaceta. (13 de febrero de 2005). *Un símbolo de estatus que marca la pertenencia a ciertos grupos*. Recuperado el 25 de mayo de 2012, de La Gaceta: <http://www.lagaceta.com.ar/nota/210146/Actualidad/simbolo-estatus-marca-pertenencia-ciertos-grupos.html>
- La Prensa. (23 de enero de 2013). *La Prensa*. Recuperado el 5 de abril de 2013, de <http://laprensa.pe/economia/noticia-41-peruanos-renovara-su-celular-este-ano-1665>
- Monroy, V., Herrera, M., López, I., & Cándido, F. (s/f). *Dependencia del celular en los alumnos de la UVM*. México D.F.: UVM.
- Moral, M. (2004). Jóvenes, Redes Sociales de amistad e Identidad Psicosocial: la construcción de las identidades juveniles a través del grupo de iguales. *Revista Galego-Portuguesa de Psicología e Educación*, N° 9 (11), 1138-1663.
- Nafus, D.; Tracey, K. (2009). Mobile phone consumption and concepts of personhood. En D. Nafus, & K. Tracey, *Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (págs. 206-222). Cambridge: Cambridge University Press .
- Pallavicini, P. (2008). Los objetos de consumo en la construcción de los procesos de individuación de adolescentes. *Última Década*, (29), 29-46.
- Pea, R., Nass, C., Meheula, L., Rance, M., Kumar, A., Bamford, H., y otros. (2012). Media Use, Face-to-Face Communication, Media Multitasking, and Social Well-Being Among to 12-Year-Old Girls. *Developmental Psychology*, 48 (2), 327-335.
- Pedrero, E; Rodríguez, M; Ruíz-Sánchez, J. (2012). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Adicciones*, Vol. 24, Núm.2, 139-152.
- Pew Internet. (20 de abril de 2010). *Texting Top Teen Communication Link*. Recuperado el 4 de mayo de 2012, de Marketing Charts: <http://www.marketingcharts.com/direct/texting-top-teen-communication-link-12645/pew-teen-text-apr-2010jpg/>

- Preibusch, S.; Beresford, A. (2009). Privacy-preserving friendship relations for mobile social networking. *In Proceedings of the W3C Workshop on the Future of Social Networking (January 2009)* .
- Ruiz-Olivares, R.; Lucena, V.; Pino, M.; Herruzo, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *ADICCIONES* , 22 (2), 301-308.
- Sánchez-Martínez, M.; Otero, A. (2009). Factors associated with cell phone use in adolescents in the community of Madrid. *Cyberpsychol Behavior* , Vol. 12, No. 2: 131-137.
- Skog, B. (2002). Mobiles and the Norwegian Teen: Identity, gender and class. En J. Katz, & M. Aakhus, *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (págs. 255-273). Cambridge: Cambridge University Press.
- Yarto, C. (2009). El teléfono celular y la construcción de la Identidad. *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey* , 84- 93.
- Weezel, A; Benavides, C. (Julio de 2009). Uso de teléfonos móviles en jóvenes. *Cuadernos de información* , págs. 5-14, N°25.
- Weissmann, P. (2000). *La adolescencia*. Recuperado el 20 de Marzo de 2013, de Revista Iberoamericana de Educación: <http://www.rieoei.org/deloslectores/898Weissmann.PDF>

ANEXO A

Guía de discusión

Introducción

Me gustaría que conversemos sobre algunos temas que son importantes para un trabajo que estoy realizando en la Universidad. Por favor, siéntete libre de dar cualquier opinión al respecto ya que tu nombre no será revelado. No hay opiniones buenas o malas, todos sus comentarios son importantes y valiosos para mí. No hay ningún problema si hay alguna pregunta que prefieres no responder o si deseas terminar con la entrevista en algún momento.

Para comenzar me gustaría conocerte un poco. Cuéntame... ¿Cuántos años tienes? ¿Con quiénes vives? ¿Dónde estudias? ¿En qué grado estás?, ¿Realizas alguna otra actividad además de estudiar?, ¿Qué haces los fines de semana?

Tenencia de teléfono celular

Ahora me gustaría que me contaras un poco sobre tu teléfono celular y algún otro que hayas podido tener anteriormente.

- ¿Cuántos celulares has tenido hasta ahora?
- ¿Cuándo obtuviste tu primer celular? ¿Te lo compraron o lo heredaste de alguien más?
- ¿Cómo era ese celular?
- ¿Para qué lo usabas? ¿Con quiénes te comunicabas con mayor frecuencia?
- ¿Qué celular tienes actualmente? ¿Desde cuándo lo tienes?
- ¿Qué tipo de plan tiene tu celular? ¿Es pre pago o post pago?
- ¿Qué beneficios te da tu plan? ¿Llamadas, mensajes, redes sociales?
- ¿Cómo lo obtuviste? ¿Fue un regalo o pediste tenerlo? ¿Por qué?

Usos del teléfono celular

- ¿A dónde llevas tu celular? ¿Lo dejas en casa en alguna ocasión?
- ¿Qué usos le das a tu celular? ¿Cuál es el uso más frecuente?
- ¿Qué aplicaciones has descargado en tu celular?

Identidad: Personalización

- ¿Escogiste tú mismo el modelo de celular? ¿Por qué escogiste este? ¿Cuál te hubiera gustado tener?
- ¿Qué cambios le has realizado a tu teléfono? ¿Le has comprado una funda, protector o algún adorno?

- ¿Sueles cambiarle el sonido del timbre o el papel tapiz? ¿Con qué frecuencia?
 ¿Por qué decidiste hacerle estos cambios a tu celular?
 Y tus amigos, ¿también tienen un celular cómo el tuyo? ¿En qué se diferencian?
 ¿Cuál es la diferencia de tener este u otro modelo? Cómo sería el dueño de este celular...
 ¿Crees que este celular habla un poco de ti? ¿Refleja lo que eres?
 ¿Qué diría de ti una persona que no te conoce pero que ve tu celular?
 ¿Cómo sería el teléfono celular ideal para ti?

Autonomía

- ¿Qué ventajas crees que te da el tener un teléfono celular? ¿En relación a tus amigos?
 ¿A nivel familiar?
 ¿Sientes que tener un teléfono celular te da más libertad? Por ejemplo, para conversar de temas privados con tus amigos.
 Y cuando vas a salir con tus amigos, ¿crees que tus papás se sienten más tranquilos cuando sales con el celular? ¿Te llaman frecuentemente cuando estás fuera de casa?
 ¿Tus papás revisan tu celular? ¿Le ocurre esto a alguno de tus amigos?
 ¿Le has puesto clave a tu celular? ¿Por qué? ¿Alguien más conoce la clave? ¿Por qué se la diste?

Identidad grupal y formación del Yo

- ¿Muchos de tus amigos tienen un celular como el tuyo?
 Y tus amigos más cercanos, ¿cuántos tienen un teléfono similar?
 Cuéntame, ¿cómo así fueron teniendo estos celulares? ¿Se los regalaron o lo pidieron?
 ¿Por qué crees que es importante para un chico como tú tener uno de estos equipos?
 Si llegara a tu colegio un chico o chica que no conoce de estos celulares ¿le recomendarías que se compre uno? ¿Por qué?
 ¿Qué pensarías de alguien que no tiene celular? ¿Cómo sería esta persona?
 ¿Qué pasaría si una de tus amigas no tuviera un celular como el tuyo? ¿Cómo te comunicarías con ella?

Involucramiento con el teléfono celular

- ¿Te ha pasado en algún momento que te has quedado sin batería? ¿Cómo te sentiste?
 ¿Apagas el celular cuando vas a dormir? ¿Dónde lo dejas?
 ¿Cuán importante es para ti tener un teléfono celular?
 ¿Cómo te sentirías si no pudieras tener uno?

ANEXO B

EDAD		SEXO	F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>
COLEGIO		GRADO	

P1. ¿A qué edad tuviste tu primer celular? _____

P2. ¿Qué tipo de celular tienes actualmente?

- a. Blackberry _____
- b. Smartphone _____
- c. Otro _____

P3. ¿Qué tipo de línea tienes?

- a. Prepago _____
- b. Postpago _____

P4. ¿Cuánto gastas mensualmente la línea de tu teléfono celular? S/. _____

P5. ¿Cuánto pagas por tu plan post pago? S/. _____

P6. ¿Qué funciones de tu teléfono celular utilizas frecuentemente? (Respuesta múltiple)

a	Alarma <input type="checkbox"/>	e	Directorio telefónico <input type="checkbox"/>
b	Mensajes de texto <input type="checkbox"/>	f	Calculadora <input type="checkbox"/>
c	Juegos <input type="checkbox"/>	g	Cámara fotográfica <input type="checkbox"/>
d	Radio / mp3 <input type="checkbox"/>	h	Otras _____

P7. ¿Qué aplicación de tu teléfono celular es la que más usas? (Respuesta múltiple)

a	Facebook <input type="checkbox"/>	e	Whatsapp <input type="checkbox"/>
b	Twitter <input type="checkbox"/>	f	MSN <input type="checkbox"/>
c	BBM <input type="checkbox"/>	g	Mail <input type="checkbox"/>
d	Chat de Facebook <input type="checkbox"/>	h	Páginas web <input type="checkbox"/>

A continuación encontrarás diversas frases a las que deberás contestar empleando la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

		1	2	3	4	5
1	Si no tengo mi celular conmigo puedo perderme de reuniones o salidas con mis amigos					
2	Descargo temas o fondos de pantalla de lo que más me gusta para decorar mi celular					
3	Le pongo clave a mi celular para que mis papás no vean mis cosas					
4	Las personas que no socializan mucho no usan mucho su teléfono celular					
5	Me gusta que a través de mi celular todos puedan ver lo que más me gusta					
6	Sólo yo manejo la clave de mi teléfono celular					
7	Uso las canciones de mi grupo favorito como ringtone					
8	BBM y Whatsapp son buenos chats para conversar con mi grupo de amigos					
9	Quienes no tienen un Blackberry o Smartphone se pueden perder de cosas importantes que suceden en las redes sociales					
10	El celular es un buen medio para que las personas tímidas se integren al grupo					

ANEXO C

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación está a cargo de María Claudia Medina, estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Perú, y busca conocer el uso de teléfonos celulares en adolescentes.

La participación en este estudio es voluntaria y la información que se recoja será anónima y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Si tienes alguna duda, puedes hacer preguntas en cualquier momento durante tu participación. Igualmente, puedes retirarte del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique. Si algunas de las preguntas durante la entrevista te parecen incómodas, puedes comentárselo a la persona a cargo o puedes dejarlas en blanco.

¡Gracias por tu participación!

ANEXO D

Tabla 5

Estructura del factorial Escala de Identidad y uso de teléfonos celulares

Ítems	Socialización	Privacidad	Personalización
Si no tengo mi celular conmigo puedo perderme de reuniones o salidas con mis amigos	.657		
El celular es un buen medio para que las personas tímidas se integren en un grupo	.633		
Me gusta que a través de mi celular todos puedan ver lo que más me gusta	.572		
Las personas que no socializan mucho no usan mucho su teléfono celular	.516		
BBM y Whatsapp son buenos chats para conversar con los amigos	.498		
Quienes no tienen un Blackberry o Smartphone se pueden perder de cosas importantes que ocurren en las redes sociales	.475		
Le pongo clave a mi celular para que mis papás no vean mis cosas		.853	
Sólo yo manejo la clave de mi teléfono celular		.738	
Uso las canciones de mi grupo favorito como ringtone			.842
Descargo temas o fondos de pantalla de lo que más me gusta para decorar mi celular			.731