

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Propuesta de Marketing de guerrilla para la elaboración de un anti-phubbing a los alumnos FACICOM de la Universidad Vasco de Quiroga

Autor: Oscar Daniel Madrigal Tapia

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Alejandra Sosa Mendoza**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UVAQ M.R.

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PROPUESTA DE MARKETING DE GUERRILLA
PARA LA ELABORACIÓN DE UN ANTI-PHUBBING
A LOS ALUMNOS FACICOM DE LA UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

PRESENTA

Oscar Daniel Madrigal Tapia

ASESOR

MTRA. Alejandra Sosa Mendoza

**No. Acuerdo: LIC100401
Morelia, Mich.**

CLAVE: 16PSU0012S

Octubre 2016

No existen más que dos reglas para escribir:

tener algo que decir y decirlo.

Oscar Wilde (1854-1900)

AGRADECIMIENTOS

La persona que por generosidad da, no debe acordarse, sin embargo la persona que recibe nunca debe de olvidar y ser agradecido. Jamás hubiera alcanzado esta gran meta sin el apoyo incondicional de mis cinco pilares fundamentales; el soporte que son para mí y para llegar a cada uno de mis sueños. Gracias a ustedes.

Gracias Dios y a la vida por permitirme llegar a esta etapa, donde puedo cumplir uno de todos mis grandes sueños. Por forjarme la persona que soy y darme salud que me permita vivir dicha experiencia.

Mamá: a ti que siempre en mis desvelos estas conmigo, que en los momentos buenos y malos me acompañas, que sin juzgarnos a mí y a mis hermanos haz formado una gran familia. Gracias por ayudarme, permitirme y acompañarme en este primer gran paso.

Papá: Tengo tantas cosas que agradecerte. El apoyo incondicional que nos das a cada uno de nosotros. Porque siempre buscas lo mejor para todos. Gracias

Hermanos: Gracias por estar siempre que los necesito. Que sigamos unidos por y para siempre; Andrea: mi amiga, mi hermana, mi complice, ya que nunca pierdes la fe en mí y porque nunca me dejas solo, siempre apoyas mis locuras. Gracias por apoyarme en todo, no tengo palabras para agradecerte tanto. Jaime: Por ser un ejemplo a seguir, por apoyarnos en todo momento y ser el impulsor de la familia. Irving: por ser un gran hermano, por contar contigo y por ser el mejor arquí.

Gracias Abuelita Martha por siempre darnos los mejores consejos, siempre ver por todos nosotros. Gracias por reunir a la familia sin tener motivo alguno. Gracias Abuela.

Este mérito también es de ustedes. Cada esfuerzo, dedicación y desvelo ha valido la pena y hoy lo he cristalizado con este título que puedo decir que es gracias a ustedes.

Amigos: En confiar en mi y que a pesar del tiempo para algunos siempre los tengo presentes. Tony, Citlalli, Ernesto, Poncho, Páramo, Rigo, Tentori. A las personas que sin pensarlo llegan y al pasar 4 años se convirtieron en pieza fundamental en esta etapa; Vero, Karla, Isaac, Julio, Arac, Saúl, Eric, muchas gracias.

Profesores: Al M.C. Francisco Pérez Rodríguez, por brindarme apoyo en todos los proyectos realizados dentro de la Facultad. Lic. María de los Angeles Tovar Díaz porque nunca perdió la fe en ninguno de nosotros, desde el primer momento impulso a cada uno y si veía que tropezábamos marcaba nuestros errores. L.C.G Paulina Carranza Rentería y al Mtro. César Armando Chávez Mendoza que sin duda alguna son maestros que marcaron mi estancia dentro de la Facultad. Gracias por transmitir sus conocimientos.

Gracias a mi Asesora la Mtra. Alejandra Sosa Mendoza que sin su atinada ayuda, el rumbo de dicho trabajo de investigación no hubiera sido posible. Gracias por confiar en mi y en darme las mejores vibras siempre, por no perder su personalidad y ser la mejor en lo que se desempeña. Le deseo lo mejor hoy y siempre.

A todos ustedes y todas las personas que en algún momento formaron parte, me ayudaron o serán parte de esta historia, mi mayor reconocimiento y gratitud.

INDICE

CAPÍTULO I. UN MUNDO QUE CAMBIA

1. Un mundo que cambia
 - 1.1 Ha cambiado la enseñanza
 - 1.2 Sociedad de la Información
 - 1.3 La era digital
 - 1.4 ¿Qué es la comunicación móvil?
 - 1.5 Smartphone y vida cotidiana
2. La juventud en el BOOM tecnológico móvil
 - 2.1 El teléfono celular , más allá de la comunicación
 - 2.2 Phubbing: un problema social
3. El móvil y las relaciones sociales
4. “ El Nuevo espacio social”
 - 4.1 Un mundo táctil
 - 4.2 Un radar de lo nuevo
 - 4.3 ¿Salud o agresividad?
 - 4.4 Regla 3-6-9-12

CAPÍTULO II. EL PHUBBING O SÍNDROME DE CABECITA BAJA

- 2.1 Phubbing
 - 2.1.1 Definición
 - 2.1.2 Dependencia a la tecnología
 - 2.1.3 Redes Sociales
 - 2.1.3.1 Historia de las Redes Sociales

2.1.3.2 Peligro a las Redes Sociales

2.1.4 Infancia y adolescencia modificadas

2.1.5 ¿El teléfono móvil, un instrumento de poder?

2.2 Nomofobia

2.2.1 Factor psicológico

2.2.2 Factor social

2.2.3 Nomofobia y Rendimiento Escolar

2.2.4 Nomofobia y Familia

2.3 Relaciones Interpersonales

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Estudio

3.1.1 Población

3.1.2 Muestra

3.3 Nivel de Investigación

3.4 Fuentes y Técnicas para la recolección de información

3.5 Investigación de Mercados

CAPÍTULO IV. PROPUESTA

4.1 Título de Propuesta de Marketing de Guerrilla

4.2 Justificación

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

4.3.2 Objetivos Específicos

4.6 Mercado meta

4.7 Construcción Gráfica de los diseños

4.7.1 Colores

4.7.2 Tipografía

4.7.3 Elementos del proceso comunicativo

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

APORTE AL ÁMBITO:

La tecnología hoy en día se ha convertido en parte de cada uno de nosotros. Simplificar y ayudar a resolver las dificultades que se presentan es lo que intenta la tecnología del S. XXI. Las personas no nos damos cuenta de lo inmersas que estamos en los dispositivos y nos perdemos de cada detalle de nuestro día a día. La “falta de comunicación” es algo que poco a poco se ha perdido con los seres más cercanos según las encuestas realizadas para dicha investigación. Pero no todo es malo, el punto es, a su vez, conocer también acerca de dicho síndrome “Phubbing” (ignorar a las personas cuando se está conviviendo cara a cara, por prestarle más atención a los teléfonos celulares y dispositivos móviles.)

Dicha Investigación puede influir en el ámbito Comunicativo, desde la manera en como se debe desarrollar una propuesta en diferentes roles, ya sea publicitaria o del lado del marketing, así como los elementos que tienen que conformar a la misma.

A su vez, se podrán conocer diferentes principios, significados y contextos en el cual se ha desarrollado la investigación, con el fin de aportar más conocimiento dentro del ámbito social, modernización y la evolución de la tecnología con el paso del tiempo.

El marketing de guerrilla se utiliza para aprovechar la necesidad de la innovación por medio de la comunicación en los medios y de la permeabilidad de todos los mecanismos que esta permite para promover las ideas, productos y marcas por el canal de la creatividad. Inyectando en distintos rubros ya sean reales o virtuales que se propagan en la mente de los receptores.

Considerada como una poderosa herramienta de comercialización según “Puro-Marketing”, el concepto de guerrilla puede trascender el ámbito del marketing y elevarse a la categoría de estrategia competitiva.

Si, el objetivo o finalidad principal de la publicidad es aumentar el conocimiento de algo o de alguien, y sobre todo conseguir los fines y objetivos de una empresa u organización, la publicidad puede perseguir objetivos más específicos y concretos.

Conocer el lenguaje publicitario es en definitiva la intención de cualquier mensaje, que se transmite al público por dos razones:

- **Informar**; la publicidad llega a un público objetivo a través de los medios de comunicación.
- **Persuadir**; manejar bien dicho concepto con la intención de cambiar actitudes o conductas sin la ayuda de la manipulación.

ANTECEDENTES:

La tesis sobre la “Nomofobia y su relación con la Adicción a las Redes Sociales” por Mario Sánchez de la Universidad Rafael Landívar mencionaba que la sociedad actual se ve envuelta en los avances tecnológicos que hoy en día cobran una importancia en el diario vivir convirtiéndose en una necesidad para el ser humano, así como avanza la sociedad todas las herramientas útiles avanzan a su vez a pasos agigantados facilitando así las actividades de trabajo, educación, hogar y demás áreas en donde se desarrolla el ser humano. Pero estos mismos avances se vuelven tan necesarios para él que se crea una dependencia patológica a la mayoría de ellos desarrollándose conductas desadaptativas de uso para los mismos, tal es el caso del teléfono celular, artículo de primera necesidad para los afectados, éste fue creado con el fin de facilitar la comunicación entre personas y acortar distancias, pero hoy en día las compañías telefónicas y las empresas fabricantes crean modelos y diseños exclusivos llamados teléfonos inteligentes donde sus aplicaciones tienen desde uso de llamadas hasta conexiones a internet provocando así adicción al uso del mismo.

A su vez el estudio de Mario Sánchez menciona que lo que también sucede con el internet, específicamente con las redes sociales un espacio en la web donde los cibernautas navegan y se conectan entre sí con “amigos cibernéticos”, a los cuales en su mayoría no se les conoce en persona, conversando a cualquier hora del día.

El objetivo de la investigación pretende determinar el nivel de Nomofobia y adicción a redes sociales que existe en los estudiantes de dos establecimientos educativos de la cabecera departamental de Sololá, Escuela Normal Privada Sololá y Colegio Integral Sololateco, estudiantes de 15 a 20 años de edad. Trabajándose con una muestra de 135 sujetos obteniendo los resultados a través de un cuestionario elaborado específicamente para el estudio de tesis que se presenta. Utilizando la investigación descriptiva y la metodología estadística de proporciones. Luego de determinar la presencia de Nomofobia y adicción a redes sociales en los estudiantes de diversificado se logró establecer la hipótesis alterna que establece que la adicción a redes sociales puede crear Nomofobia por ello se propone el taller de sensibilización y uso racional del teléfono celular y las redes sociales desde el enfoque psicoeducativo con los integrantes de la comunidad educativa con el fin de beneficiar al estudiante y disminuir la aparición de estas patologías tecnológicas y comportamentales.

Los jóvenes en la actualidad están muy propensos a desarrollar la patología denominada Nomofobia por todos los adelantos tecnológicos que se tienen en estos días y por el uso desmedido que se le ha dado a cada uno de ellos.

Por el avance tan veloz que tiene la tecnología en nuestros días se observa como el uso desadaptativo origina la aparición de patologías adictivas comportamentales que la psicología moderna tiene como labor poder abordar y mediar atacando mayormente a las poblaciones adolescentes y juveniles.

Por su parte la tesis "Nomofobia y su incidencia en las relaciones socio-afectivas en los jóvenes de 17 a 21 años de la fundación Iberoamericana de desarrollo social (FIDS) de la Ciudad de Ambato por Lucía Flores menciona que los jóvenes no pueden estar sin el celular y sin saldo, por lo tanto es necesario tratar este tipo de problema social para investigar que problemas a fondo ocasionan los asuntos de la tecnología celular. El celular en sus inicios fue creado como un arma para mejorar la comunicación a grandes distancias pero con el paso del tiempo y las nuevas generaciones ha cambiado su sentido y ahora el celular forma parte de la persona y su vestimenta. Aunque parezca exagerado numerosos investigadores han llegado a la conclusión que una de las adicciones actuales se encuentran en la tecnología,

específicamente en el teléfono celular que es lo actual y se lo ha vuelto necesario entre los ecuatorianos. Claramente hay muchas ventajas del uso del teléfono celular, el inconveniente se crea cuando se abusa de este servicio tecnológico. A pesar de las condiciones económicas de nuestro país el celular es común entre las personas.

“Ya la sociedad se encuentra en problemas de índole afectiva y de comunicación, por lo tanto será necesario que fomentemos el afecto y la buena comunicación en los jóvenes a nivel social y mucho más familiar, para que en el futuro tengamos hogares funcionales, familias comprensivas en las que exista amor y confianza.”

La limitada comunicación se volverá un problema mayor porque ya no existirá comunicación familiar ni entre amistades porque el celular se volverá una arma indispensable sin la necesidad que haya contacto social, los problemas se agravarán y las familias serán más disfuncionales que antes y los problemas de agresión por falta de roce social serán mayores.

Lucía Flores menciona “También habrán problemas emocionales porque se reemplazara las relaciones afectivas por comunicaciones por el celular, se reemplazaran actividades que hoy las vivimos por relaciones tecnológicas, si existen cosas que hoy nos sorprenden en el futuro será mayor el relacionarse causando inconvenientes emocionales por la falta de muchas circunstancias que el ser humano debe aprender a vivir bajo el roce social, aprendiendo a relacionarse con los seres humanos tanto de forma positiva y negativo. Ya no habrán buenas relaciones filiales, si en la actualidad la vida tecnológica y el celular están formando parte de los negocios, el trabajo y las tareas aún más problemático será en el futuro porque el celular será unos de los principales aportes para acercarse y a la vez alejarse de la gente que es más cercana pero creando una barrera en la comunicación, causando problemas en las relaciones filiales, el celular probablemente nos acercara a las personas que están lejos pero alejara a las que están cerca.”

En su investigación puntualiza: “Son muy comunes los problemas familiares y de comunicación, la juventud ahora viven su vida muy apartados de sus padres y de tener afecto con sus progenitores, ahora se vive en los tiempos que los padres pa-

san trabajando mientras los hijos se dedican algunos a sus estudios y en general a pasar en la tecnología y muy pocos tiene amistades estrechas con amigos.”

Otra investigación realizada fue la tesis presentada por María Cuvún de la Universidad Rafael Landívar con el nombre “Adicción a Redes Sociales en Jóvenes” donde aporta una serie de puntos de vista teóricos sobre las temáticas de redes sociales y adicción, incluye algunos apartados sobre el tema específico desarrollados por varios autores; además se desarrolla un trabajo de campo sobre el tema. Su investigación busca principalmente, determinar si los adolescentes participantes manifiestan criterios suficientes para considerar que presentan adicción al uso de estos sitios.

El estudio de María Cuvún, se llevó a cabo con una muestra de ochenta y ocho estudiantes por medio del cuestionario ARS (Adicción a las Redes sociales); este cuestionario está compuesto por doce ítems en escala de Likert el cual evalúa los criterios relacionados con comportamientos que los adolescentes presentan, y apoyado en la literatura teórica sobre adicción y redes sociales, puede ser una base para diagnosticar este tipo de adicción.

Los resultados de la investigación “Adicción a Redes Sociales en Jóvenes” demostraron que aunque ninguno de los alumnos presentaba los criterios completos para considerar la adicción a redes sociales si manifestaban ciertos de los criterios de dicha patología. Por lo que se concluye que es de utilidad realizar campañas preventivas y talleres informativos con los padres de familia, docentes y estudiantes para que ellos se vuelvan sujetos activos en la prevención, detección y erradicación de este tipo de comportamientos que pueden deteriorar la salud mental y emocional de los individuos menciona Cuvún.

Zamora (2006), en el artículo redes sociales publicado en la web explica que: Las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos. En las redes sociales en Internet se tiene la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcan, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscrito a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa va transformando al grupo en otro nuevo. La red no es lo mismo si uno de los miembros deja de ser parte. Alrededor

de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos, esto ha venido en crecimiento, se puede mencionar a Facebook como el lugar más popular en cuanto a redes sociales la cual fue creada y dirigida para estudiantes, muy similar a Myspace, los cuales cuentan actualmente con millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft.

Dans (2009), en el artículo sobre redes sociales y adicciones que se encuentra en la web define: Como todo lo nuevo, las redes sociales conllevan cambios. Cambios en la forma de relacionarse, de vivir y de compartir. Alteraciones que algunos pueden identificar con relaciones de menor calado, desvalorizadas o incluso capaces de destruir la verdadera amistad. Modificaciones que alteran y alterarán hábitos, conductas, la forma de hacer muchas cosas. Acostumbrarse a socializar, contando un chiste en Twitter en lugar de hacerlo en el colegio, es cuestión de innovación y supone un avance en la forma de entender el nuevo panorama. Ahora bien muchos son los cuestionamientos que la psicología plantea hoy en día, ¿Son malas las redes sociales? ¿Producen adicción a las amistades? Todo es cuestión de saber que los excesos son malos y pueden tener conflictos más adelante, pero el permitir a los hijos experimentar el uso de la web, tener amistades y redes sociales es parte de la vida, quien renuncia a vivir algo nuevo por temor está cometiendo un gran error, los jóvenes de hoy en día se comunican de otra manera a diferencia de años atrás, la tecnología ha ido evolucionando y negarse ante la posibilidad de nuevos conocimientos y tendencias es retraerse del mundo de hoy.

Pereira (2010), en la revista de Prensa Libre Aula 2.0 en el artículo Amigos por la Red (lo último en tecnología) página 10 comenta que: a miles de jóvenes les encanta la idea de conectar amigos por Internet y muchas veces cantidades de esos amigos virtuales no se conocen; se debe tener mucha precaución y cuidado ya que las redes sociales pueden poner en contacto personas que no son de fiar. Conectar amigos a través de la red es una forma moderna y preferida de los jóvenes. Sin embargo, muchos de ellos olvidan que esta herramienta es un arma de dos filos, ya que, si no se maneja con el debido cuidado, cualquier persona puede tener acceso al perfil o bien, publicar información falsa con el fin de lograr algún cometido; para los jóvenes que son amantes de estos sitios hay que hacer conciencia en ellos en que muchas veces no se sabe quien esta atrás del ordenador, quien está

teniendo acceso a la información publicada. El uso del Internet para relacionarse entre sí a través de las redes sociales virtuales puede sonar muy divertido ya que en ellas, es fácil observar las actividades que realizan amigos y conocidos. Esto es lo último en tecnología y la rama favorita de los adolescentes, debido a que a través de ella pueden expresarse sin restricciones. Así, por medio de fotografías e información abierta pueden demostrar gustos e intereses. Entre las ventajas están la formación de nuevas amistades, libertad de expresión, reencuentro con amistades de la infancia y entre las desventajas están la pérdida de privacidad o confidencialidad y la adicción.

Morduchowicz, Marcon, Sylvestre Ballestrini (2010), en la guía del ministerio de educación de Argentina los adolescentes y las redes sociales en la página 6 el sitio personal de la red social afirma que: Las redes sociales permiten que los usuarios armen en ella la propia página web (home page). En esta página, las personas pueden contar quiénes son, hablar de gustos e incluir la información que quieran compartir con la lista de amigos. El sitio personal en una red social funciona como una página web y por lo general, incluye información sobre el autor. Entre otros datos suelen figurar nombre, email, la fecha de nacimiento, género, ciudad, gustos como: películas, libros, deportes. El sitio puede incluir además fotos, textos, juegos, links, comentarios. Para que funcione una red social se debe:

-Crear un perfil de usuario: este perfil consiste en las características que la persona quiere dar sobre sí misma para incorporarse como nuevo miembro de una red social, se debe publicar nombre, dirección, actividades y gustos.

-Incorporar a los primeros amigos: el autor envía solicitudes de amistad a otros conocidos para que formen parte de su red y de esta manera compartir música, fotos, ver perfiles de otras personas.

-Como el objetivo de una red social es agrupar personas y lograr más amistades, los usuarios siguen invitando más gente a participar y lograr así el contacto con más personas. Un estudio sobre 2400 sitios personales demostró que cada usuario tenía un promedio de 65 amigos, el 80% de los usuarios en todo el mundo tiene entre 12-30 años y la frecuencia entre 12 a 19 años es muy alta.

Mejía (2010), en la tesis Análisis de redes sociales a gran escala en la página 5, 10 y 11 explica que: Las redes sociales están compuestas por un conjunto finito de actores (individuos, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades) vinculados unos con los otros a través de una relación o un conjunto de redes sociales. Las redes sociales se apoyan en el análisis de redes sociales ARS el cual se centra en tomar relaciones entre actores como el material sobre el cual se construye y se organiza el comportamiento social de los mismos, el punto de análisis deja ser el individuo y pasa a ser las relaciones proporcionando un conjunto de métodos para el estudio personal. Es estos años la teoría basada en la estructura de las redes sociales fue retomada por la demanda de sitios webs que permiten comunidades virtuales, los individuos están visitando cada vez más este tipo de lugares donde pueden obtener información de todo tipo, comprar, socializar entre otros. Se estima que el 30% del tráfico que existe en el internet es por la insistente visita de los usuarios que visitan las redes sociales y estudios. Se pronostica que para el 2013 el tráfico aumentará a un 500%. Sitios como Facebook, Myspace y YouTube promedian 280 millones de usuarios cada uno, y aunque estas sean relaciones impersonales y poco confiables son consideradas como redes de mundo real. En los resultados y conclusiones se indica que:

- Se abordó el problema del análisis de las redes sociales para conjunto a gran escala.

- Se utilizó la teoría de grafos como herramienta matemática para analizar la estructura de las redes.

- Se mostraron diferentes sistemas de extraer datos en la web.

Uno de los problemas de análisis de redes sociales es que estas estructuras no pueden ser escaladas fácilmente.

Quijada (2011), en el artículo Acoso en las redes sociales ¡Elimínalo! que se encuentra publicado en la revista Amiga Teen de Prensa Libre expone que: Así como existe el acoso en el ámbito escolar también se puede dar en el internet, esto es más fácil de soportar y controlar, pues la web le permite al que ejerce esta presión la facilidad de esconder su identidad o hacerse pasar por un amigo nuevo y apro-

vechase de los demás. Es importante tomar en cuenta que el usuario abusador seguirá constantemente los pasos de la otra persona, se mostrara amigable en cualquier ocasión, conoce horarios en que el acechado se conecta a la red, sabe muy bien a fondo los datos y todo lo que se publica en cualquier red social. Se debe ser cuidadoso y muy selectivo en cuanto a la aceptación de cualquier amistad anónima, que no se conozca, o con identidad falsa. Un dato importante es limitarse a publicar cosas muy personales, fotos provocativas, lugares que la persona frecuente por seguridad del usuario y los que le rodean. Un beneficio que ofrecen las redes sociales son las herramientas de denuncia, bloqueo de mensajes de personas indeseadas y reporte de abusos, usarlas es de gran utilidad en casos de acoso, mensajes incorrectos e impertinentes. Tomando en cuenta estas sugerencias la web y los sitios frecuentados servirán de entretenimiento y se evitará cualquier peligro.

“Phubbing y las relaciones Interpersonales en Adolescentes” presentada por María Obregón Soto de la Universidad de Landívar puntualiza que la sociedad phubbing hace que las demás personas se aíslen, lo que genera en el individuo un estrés cotidiano por pertenecer a uno o a varios círculos sociales; ya que por pasar horas en el teléfono inteligente y no integrarse en la comunicación real de las demás personas provoque que poco a poco los vayan excluyendo de los círculos sociales.

Van Wielink (como se citó en Aguilar, 2013) advierte que las consecuencias de pasar tanto tiempo frente a un dispositivo móvil pueden traer graves problemas físicos, no solo en la interrupción de la dinámica social. Asimismo, detalla que sobre todo niños y adultos dejan de crecer en su inteligencia social, ya que después les es muy difícil entablar conversaciones frente a frente con otro individuo. Wielink puntualiza que sobre todo niños y adolescentes tendrán problemas de déficit de atención o síndrome de hiper enfoque, ello a partir que la interacción solo se desarrolle en mundos virtuales.

Cortés (2013) en la página de internet publicada bajo la firma Ensayo Phubbing, relata que los humanos han inventado objetos para hacer la vida y recorrer mucho más fácil el entorno, y en esta última década el desarrollo tecnológico se ha fortalecido de una manera exorbitante, cada día se inventa algo nuevo y así avanza a

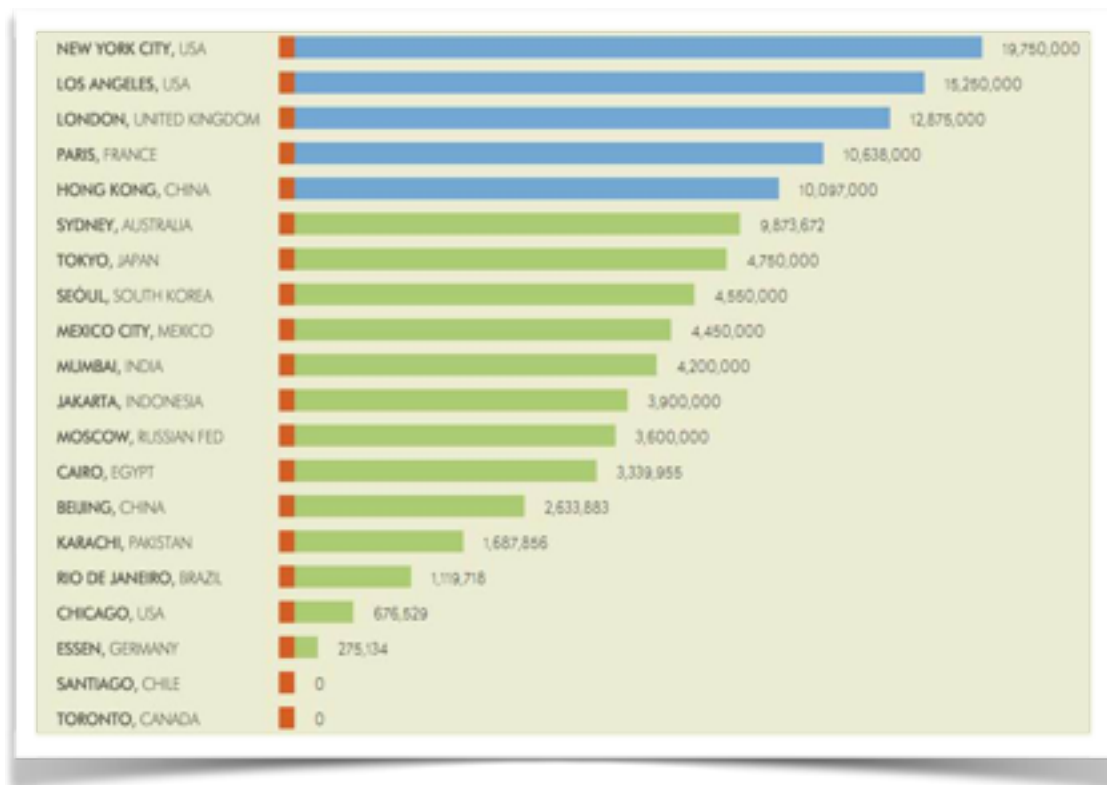
un futuro más tecnológico. Lo negativo encontrado en este desarrollo está causando muchas consecuencias en el entorno, debido a que no todo lo que se crea es saludable para el ser humano también se crea basura y por ende es mayor la contaminación que se tiene, lo cual degenera las relaciones personales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El phubbing es considerado síntoma de adicción, por lo que viene a afectar la salud mental en donde provoca un malestar clínicamente significativo o un deterioro social, laboral o de otras áreas importantes de la actividad del individuo. Los trastornos provisionales por el phubbing son ansiedad, trastornos del sueño y problemas de aprendizaje.

Estar siempre conectado a las redes sociales puede convertirse en un problema contraproducente puesto que viene a ser un factor de distracción, en el que no solo perjudica en las relaciones interpersonales, sino que también afecta la vida académica, laboral, familiar, entre otras. Donde puede provocar consecuencias negativas que vayan a afectar a lo largo de la vida.

Por lo que la sociedad phubbing hace que las demás personas se aíslen, lo que genera en el individuo un estrés cotidiano por pertenecer a uno o a varios círculos sociales; ya que por pasar horas en el teléfono inteligente y no integrarse en la comunicación real de las demás personas provoca que poco a poco los vayan excluyendo de los círculos sociales.



Fuente: waltblogger.wordpress.com /Países con más alto nivel de Phubbing (gráfica 1)

A medida que avanza la tecnología de las comunicaciones, cada vez es más fácil evitar todas las interacciones humanas. Hay momentos en que un mensaje bien escrito puede ser preferible a una efusiva conversación personal. Pero en muchas de las interacciones se emplean medios tecnológicos para evitar a los seres humanos, en donde se pierde la oportunidad de forjar una relación de confianza.

JUSTIFICACIÓN:

Este proyecto se realizará con la finalidad de dar a conocer a los jóvenes el tema del phubbing, un término nuevo que sin ser muy sonado se convive con él mismo día con día, así como las causas y las consecuencias que este produce en los mismos. Por medio de una campaña publicitaria donde las personas puedan interactuar con algún medio donde se deje muy claro el mensaje.

El mencionar a los adolescentes sobre el mal uso que le dan a los smartphone (teléfonos inteligentes), ya que esto perjudica las relaciones interpersonales a futuro donde el ser humano pasará a un segundo plano y la prioridad será el teléfono móvil inteligente, por todo ello se aprecian algunos criterios sobre la temática a tratar.

La tecnología puede afectar de manera muy negativa a todo tipo de personas porque produce aislamiento del mundo real, debido a que pasan muchas horas navegando en internet, chateando o en los videojuegos, o simplemente observando sus apps y debido a esto pierden parte importante del tiempo que podrían utilizar para realizar otras actividades con sus familiares y/o amigos.

Esto puede generar en los padres y maestros una preocupación porque los adolescentes no se relacionan con otros jóvenes cara a cara o no prestan la atención adecuada en las clases impartidas; y crean amigos virtuales lo que tiene una consecuencia negativa a largo plazo, debido a que el comportamiento social empieza a manifestar deterioros significativos en la vida cotidiana por lo que crea situaciones personales como la pérdida de comunicación con el mundo real.

A su vez, dicha metodología ayuda a conocer más a fondo el comportamiento de los adolescentes así como antecedentes e historia que pueden ser factores para tener un mejor entendimiento y prevención en las personas.

OBJETIVO GENERAL:

Proponer marketing de guerrilla para la aplicación de un ANTI- PHUBBING en los Alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad Vasco de Quiroga (UVAQ).

OBJETIVO PARTICULARES:

- Conocer sobre la importancia del phubbing o síndrome de cabecita baja en el ámbito social.
- Comprender como ha cambiado la comunicación con el paso del tiempo en el boom tecnológico
- Proporcionar los conceptos básicos que se deben de saber sobre el phubbing
- Exponer teoría sobre la Web 2.0
- Saber si el teléfono móvil es un instrumento de poder en nuestros días
- Conocer más acerca del síndrome de Nomofobia
- Entender cómo ha evolucionado el marketing y la publicidad dentro de las herramientas tecnológicas
- Comprender los factores por los cuales las redes sociales llaman la atención de los jóvenes.
- Comprender si son: redes sociales o antisociales
- Conocer más acerca del Marketing de Guerrilla

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Cuál es la importancia de conocer sobre el tema del phubbing a través de las generaciones (ámbito social) en el proceso comunicativo y el boom tecnológico?

HIPÓTESIS:

A través de la elaboración de un modelo de Marketing de Guerrilla y Estrategias de Publicidad, se logrará el posicionamiento de la campaña ANTI-PHUBBING para que los alumnos de FACICOM UVAQ puedan: **1)** Observar los cambios (ámbito social, psicológico, comunicativo) en el que este síntoma influye. **2)** Mediante la aplicación de redes sociales, se llegará a datos cualificados y cuantificados, para así buscar soluciones que contribuyan al ANTI-PHUBBING.

PROCESO METODOLÓGICO

Los métodos de investigación mixta representan un conjunto. Es la integración sistemática del método cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Estos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”). (Chen, 2006 citado por Hernández, 2010).

La presente investigación se desarrollará bajo el enfoque de investigación mixto predominando la cualitativa, de manera que la información que recopilemos sea más significativa y se pueda mostrar una perspectiva más amplia y profunda del aspecto social dentro del tabaquismo.

La investigación cualitativa es el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes para construir un conocimiento de la realidad social, en un proceso de conquista-construcción-comprobación teórica desde una perspectiva holística, pues se trata de comprender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno. La perspectiva cualitativa de la investigación intenta acercarse a la realidad social a partir de la utilización de datos no cuantitativos según Denzin (1998).

Cuando se utiliza la investigación mixta según Johnson (2006) tienes más datos, mayor objetividad en el tema, diferentes puntos de vista y sobre todo la ventaja de aplicar y rescatar lo mejor de cada método. El propósito de este diseño es combinar las fortalezas de ambas metodologías para obtener datos complementarios acerca de un mismo problema de investigación.

Hernández, (2010) adopta la clasificación de Dankhe, quien menciona 4 niveles de profundización predominando en esta investigación la Explicativa; donde una teoría o explicación, contiene un conjunto de definiciones y de suposiciones relacionados entre sí de manera organizada sistemática; estos supuestos deben ser coherentes a los hechos relacionados con el tema de estudio. Estos estudios van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas.

La técnica Encuesta, es sin duda la técnica cuantitativa de recopilación más “popular” y “conocida”. Entre otras razones, porque es la técnica preferida de los políticos y los mercadólogos, pero sobre todo, porque es la técnica preferida por la mayoría de los Medios Masivos de Comunicación en cuanto a estudios de opinión pública se refiere.

Esta técnica ha sido definida por Raul Soriano (1989:39-40) como: “una técnica que permite obtener información empírica sobre determinadas variables que quieren investigarse para hacer un análisis descriptivo de los problemas o fenómenos....Los instrumentos de la encuesta son el cuestionario y la cédula de entrevista. Encuestar significa, por tanto, aplicar alguno de estos instrumentos a una muestra de la población. En ellos se presentan datos generales de la misma: sexo, edad, ocupación escolaridad, nivel de ingresos, entre otros; y las preguntas que exploran el tema que se indaga, las cuales pueden ser abiertas y/o cerradas, dependiendo del objeto de estudio y de los propósitos de la investigación”.

Los diferentes tipos de encuesta presentan elementos comunes para su construcción, manejo y finalidades, como son el uso de la entrevista estructurada, el trabajo de campo basado en su realización sobre el terreno, el carácter empírico del ma-

nejo de la información y el uso o finalidad de conocer opiniones para orientar transformaciones. Uno de los factores más resultantes de la encuesta como instrumento, es la acción social entre el encuestador y el encuestado, es decir, entre los interlocutores de la entrevista según Seija (1999: 230-240).

La encuesta como instrumento está conformada por un conjunto de indicadores que a su vez se solapan bajo un número de preguntas, reunidas en aspectos a capturar mediante la técnica de relación interpersonal como lo es la entrevista. En la estructuración de la encuesta como instrumento técnico, las preguntas no son colocadas al azar y mucho menos por albedrío de quien las genera, ellas se formulan siguiendo objetivos y contemplando aspectos teóricos y metodológicos así como también bajo un conocimiento de los contenidos de la realidad de la temática que se va auscultar.

CAPÍTULO I

UN MUNDO QUE CAMBIA

“De pronto, los hombres son nómadas buscadores de conocimiento, nómadas como nunca lo han sido antes. Pero también están involucrados en el proceso social total de una manera única, dado que con la electricidad extendimos nuestro sistema nervioso a una escala global e interconectamos instantáneamente cada experiencia humana”. (McLuhan 1964: 358).

CAPÍTULO I. UN MUNDO QUE CAMBIA

“Se sabe que no sólo hablando se entiende la gente. La comunicación humana es mucho más amplia e implica a la comunicación lingüística. Es por eso que para poder tener un feedback adecuado con nuestro receptor es importante tener en cuenta diferentes aspectos entre ellos que el mensaje sea eficaz, adecuado, conciso, entre otras cosas” (Pelayo.N, 2001).

La teoría de Lasswell considera que cuando se pretende llegar con un mensaje a una gran cantidad de personas, se debe tener muy claro quién va a codificar ese mensaje, cuáles son sus intenciones (el por qué y el para qué).

Comunicador (Emisor) -----> Relación Aislada -----> Audiencia (Receptor o destinatario)

Activo

Pasivo

Fuente: PELAYO, N. (2001).

De ahí se deriva el contenido del mismo, quedando claro qué es exactamente lo que va a decir, para luego poder seleccionar el canal o medio de comunicación más apropiado que permita que el mensaje llegue bajo las condiciones óptimas al receptor y que éste a su vez esté preparado para recibir el mensaje y emitir una reacción o retroalimentación.

“Dicho proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje en función de sus propios antecedentes (los cuales le servirán para sintetizar la información recibida) y a su vez se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado” (Berlo.D, 1984)

Debido a ello el ser humano a desarrollado con el paso del tiempo distintos sistemas de comunicación que le han permitido evolucionar y hacer más llevadera su vida diaria. Esto sin dejar aún lado a sus facultades naturales y a la ingeniosa aplicación de tecnologías que actúan como extensión de las mismas. La escritura, el teléfono, Internet, son algunos dispositivos que han permitido superar la distancia entre las personas.

La comunicación es un proceso integrador de culturas. Martín Barbero (1993) citando a Schwarz (1987), asegura que “Los medios de comunicación son uno de los más poderosos agentes de devaluación de lo nacional, lo que devela la relación del desconocimiento.”

La globalización que se atraviesa hoy en día es el resultado de un proceso evolutivo en donde las generaciones pasadas tuvieron fuerte impregnación para dar paso a lo de un futuro próximo.

Para esto tenemos que entender las generaciones desde unos años atrás desde los contextos que se vivieron y como han ido evolucionando al paso de años.

“La sociedad, está conformada por distintos grupos de personas, que a su vez se diferencian entre ellas por su manera de ser y forma de pensar. A estos distintos grupos se les conoce como generaciones. Se entiende que generación, es un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia un conjunto de experiencias formativas que los distinguen de sus predecesores” (Ogg y Bonvalet, 2006).

Son muchas las generaciones que ha identificado la sociología desde años atrás hasta la actualidad, con lo que para dicha investigación se estudiaran 5 cuyos rasgos sociales, percepción del entorno y patrones de conducta, determinan una época histórica, al mostrar similitud entre una generación y diferencias con su antepasado.

Cada generación es consecuencia de sus antecesores y los mecanismos socioculturales de las mismas, por ello estas mismas han estado involucradas en diferentes mecanismos históricos, políticos y económicos que los hacen “evolucionar” día con día.

1.1 Ha cambiado la enseñanza

La enseñanza tradicional lleva años bajo presión. Las escuelas tienen programas nuevos métodos en clase y vérselas cada vez más con problemas de motivación, alumnos que abandonan demasiado pronto los estudios, problemas de disciplina cada vez más graves, estudiantes que ya no se motivan con los profesores y esto debido a que las generaciones van cambiando día con día.

La respuesta a esta situación reside en “la nueva educación” según el Libro “Generación Einstein” quien menciona al autor Van Emst (1999) autor de la Obra “Cambio de paradigma en la educación” quien dice “este término engloba todas las normas didácticas que modifican los papeles de la educación clásica basada en la oferta. La idea principal es que se aprende mejor cuando se tiene la necesidad de saber algo. Los niños son de naturaleza curiosa y siempre aprenden de manera automática con todo lo que hacen.”

Según la teoría de Alex van Emst¹ (1999), descrita en su libro, la forma tradicional de dar clase genera muchos problemas: abandonos, falta de motivación, novillos, deberes que no se hacen, comportamientos orientados únicamente al aprobado y rendimientos escolares bajos. Es necesaria una nueva forma de enseñanza: la nueva educación.

La nueva educación se basa en una serie de principios básicos: aprender es siempre algo subjetivo y no objetivo. Los nuevos conocimientos se construyen a partir de, o combinando los conocimientos ya existentes según Emst. Así pues, no tiene mucho sentido la evaluación objetiva de conocimientos con base en, un ejemplo que menciona este autor es la nota media nacional. Es mejor evaluar el progreso del alumno según los avances y prestaciones anteriores del mismo. Quiere decir que, el rendimiento escolar es un término importante en este progreso: no se trata sólo de hablar sobre una materia, sino de aprender realmente algo al respecto. Dejar claro lo que se quiere lograr. Llegar a un objetivo.

Para poder aplicar de forma directa los conocimientos aprendidos, éstos se enseñan en el ambiente y el contexto en el que se terminarán por necesitar. En

¹ Alex van Emst: Autor Alemán del libro “Cambio de paradigma en la educación”

este punto es muy importante tener en cuenta los factores que pueden aportar a un mejor funcionamiento del aprendizaje, ya que algunas personas tienden a aprender más fácil de una manera kinestésica², visual³ o auditiva⁴.

“Junto a esto, a la hora de aprender conocimientos, el punto de partida es el todo. Desde ahí se pasa a observar las partes, y no al revés. Aprendizaje amigable para el cerebro”, así lo denomina Van Emst; y es que nuestra capacidad intelectual es tan increíble que podemos guardar información en grandes cantidades.

Las generaciones de antes aprendían de una forma lineal mientras que las de hoy en día conocidas como “touch” (que ha crecido con Internet) aprende de un modo totalmente diferente. Los medios didácticos (limitados en cantidad) estaban contruidos de forma cuadrados: libros, programas de televisión. Por el contrario, los jóvenes prometedores tienen acceso a cualquier tipo de información y a muchísimos canales por los que poder adquirirla de manera intermitente. La cantidad de información es demasiado elevada para poder recibirla toda y eso como no saberlo con tanta información a la que se puede acceder. Además, utilizan sus contactos para encontrar a las personas que les enseñarán lo que necesiten: amigos, conocidos, allí donde resida el conocimiento. Aprenden con imágenes y saben hacer zapping⁵ con sentido: comprenden cómo se hacen las películas y ven precisamente aquellos fragmentos más importantes. No necesitan verlo todo para captar la idea. Utilizan sus neuronas de manera creativa para crear nuevos contenidos y cada vez se evoluciona de una manera acelerada.

Mientras que la página “Metodología del Aprendizaje Virtual” menciona que “en la sociedad en la que vivimos, la información y el conocimiento tienen cada vez más influencia en el entorno laboral y personal de los ciudadanos; sin embargo, los conocimientos tienen fecha de caducidad. La velocidad a la que se producen las innovaciones y los cambios tecnológicos exige actualizar permanentemente los conocimientos. El proceso educativo ha cambiado. Antes, una persona pasaba por

² **Kinestésica:** Cuando se procesa la información asociándola a las sensaciones y movimientos

³ **Visual:** Se define como un método de enseñanza/aprendizaje que utiliza un conjunto de Organizadores Gráficos.

⁴ **Auditiva:** método de enseñanza que se dirige a los estudiantes cuyo estilo de aprendizaje se orienta más hacia la asimilación de la información a través del oído.

⁵ **Zapping:** Acto de saltar programación o canales en la televisión.

las distintas etapas del sistema educativo (Educación Infantil, Primaria, Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional o universitaria) para formarse y poder iniciar su vida profesional. A partir de ahí, a excepción de algunos cursos de actualización ofrecidos en su ambiente profesional, se consideraba que ya estaba preparada. En la actualidad, si no quiere quedarse obsoleta, debe continuar su aprendizaje a lo largo de toda su vida.”

1.2 Sociedad de la Información

Es muy evidente que nuestro entorno no se puede entender sin la tecnología digital. Basta con mirar a nuestro alrededor y comprobar que en la carta a Santa ya no se piden los tradicionales trompos, los personajes de Mickey Mouse, Dora la Exploradora o simplemente nada como un tradicional Turista Mundial, sino todo lo contrario, los trozos de papel que llevan los globos cada día de reyes son aparatos con pantalla táctil. Parece razonable, con solo deslizar un dedo encuentras lo que sea, captando la atención en cuestión de segundos.

Dicha presencia se puede observar en distintos factores:

- El mundo de la información y la comunicación ha sufrido una verdadera revolución tecnológica. Los medios de comunicación de masas tradicionales se han fundido con los de reciente aparición, con una filosofía de globalización⁶ e interconexión⁷ que ha roto las barreras espacio temporales (CABERO, 2001).
- Internet se presenta como una creación cultural, resultado de la primacía de una herramienta, de un instrumento, de una forma de comunicación.
- En el mundo actual, la cantidad de información accesible es de tal magnitud que resulta imposible acumular ni siquiera una ínfima parte de esta.

⁶ **Globalización:** Fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura.

⁷ **Interconexión:** Conexión entre sí de dos o más elementos.

- Conocer, es poseer las destrezas necesarias para acceder y organizar la información de forma eficiente, y además actualizar constantemente tales destrezas en un proceso de permanente actualización, en un “aprender toda la vida”, con una actitud de formación permanente. (BARTOLOME, 2000)
- Se accede a más cantidad de información a través de agentes informales que formales. Las nuevas tecnologías han fomentado una actitud social participativa en la búsqueda de la información, basada en procesos interactivos, de intercambio y de diálogo.
- Hoy en día, es a través de la imagen como se transmite la mayoría de la información. Además, a través de una imagen en movimiento y asociada a otros canales sensoriales.

De esta manera, la nueva “**GENERACIÓN GOOGLE**”⁸ del mundo actual, caracterizado por ser un entorno hipercambiante, también está cambiando su modo de conocer, ya que:

- A) De un conocimiento centrado en expertos y lugares específicos, se ha pasado a un conocimiento distribuido.
- B) De un conocimiento transmitido a partir del lenguaje y textos escritos, se ha pasado a fuentes mucho más variadas.
- C) Antes los conocimientos prácticos se adquirían directamente de los mayores a los jóvenes, y hoy estos tienen fácil acceso directo a ellos.
- D) La experiencia va perdiendo importancia, y además deja de estar tan asociada a la edad.

Según el Director del Instituto de Ciencias de la Educación en la Universidad de Extremadura (Florentino Blázquez, 2001) la digitalización y la automatización han

⁸**Generación Google:** Término utilizado para referirse a la generación de jóvenes nacidos después del año de 1993, que crece en un mundo dominado por Internet.

provocado una profunda revolución, caracterizada especialmente por la aparición de dispositivos multimedia y por una expansión espectacular de las redes telemáticas. Los sistemas expertos y la inteligencia artificial aumentan vertiginosamente la interactividad.

En cualquier caso, no es posible entender la configuración de esta sociedad sin la influencia de la información.

“Esta revolución tecnológica constituye a todas luces un elemento esencial para entender nuestra sociedad, en la medida que crea nuevas formas de socialización, e incluso nuevas definiciones de identidad individual y colectiva... “ (UNESCO, 1996)

El profesor Antonio R. Bartolomé (2001) de la Universidad de Barcelona plantea tres importantes cambios que surgen de la propia evolución de la tecnología con consecuencias dramáticas, a su juicio, para el sistema educativo: el continuo incremento del volumen de información, los cambios en el modo como se codifica la misma (pasando de códigos eminentemente verbales a códigos multimedia, visuales y audiovisuales) y el modo como accedemos a la información. Todo ello lleva a analizar algunas de las características más relevantes que debe tener la escuela hoy en día y que esta debe ser activa, entretenida, participativa, libre y cooperativa.

Por otro lado el profesor de la Universidad de Barcelona se fija en los efectos secundarios perniciosos sobre el sistema social que provoca las nuevas tecnologías aunque reporten importantes y variados beneficios a quienes la utilizan. Entre ellos, el segmentar y separar más las distancias económicas y culturales entre los sectores integrados en el desarrollo tecnológico y la población excluida de dicho desarrollo.

La incorporación de la tecnología ha de ir precedida, de un análisis crítico, de las necesidades a cubrir con ella y de las implicaciones que se derivan de su uso.

1.3 La era digital

La comunicación más básica, es aquella dada por relaciones directas a través de las conversaciones en persona, pero gracias al desarrollo de las tecnologías, las modalidades han evolucionado según Manuel Castells. Un ejemplo de ello, fue con la creación de la tinta, el correo y la imprenta, donde el hombre pasó a comunicarse por cartas, periódicos, rompiendo con el esquema de la distancia y generando comunicación en masas. Finalmente con la creación del teléfono, los celulares y las computadoras, la comunicación dio un nuevo paso, que generó la comunicación a tiempo real y procesos de interacción aun más dinámicos que los antiguos medios, refiriéndose a la comunicación que se ha dado a través de las redes sociales.

En esta última etapa, la comunicación en masas a través del uso de las redes sociales, ha determinado el cambio en la concepción de la ciudad y en algunos conceptos que siempre se han manejado. Entre ello, siempre se ha utilizado para diferenciar las culturas de los diferentes países. Se trata de la denominada.

1.4 ¿Qué es la comunicación móvil?

De una forma u otra, en muchas ocasiones algunos Investigadores, escritores o científicos parecen predecir algunos sucesos de nuestro presente y lo podemos ver con esta cita de McLuhan pues el surgimiento de la telefonía móvil, Internet después de algunos años se popularizó de una manera impresionante. Desde la llegada de dichas formas de comunicación se han logrado combinar medios, formatos y distintos lenguajes.

“La mCommunication es una práctica social de producción y consumo de contenidos y apropiación de tecnologías articulada a través de la difusión masiva de dispositivos Wi-Fi multifuncionales. La mCommunication hoy en día engloba cada vez más diversidad de funciones (desde cámaras hasta reproductores de música, miniconsolas de video y navegadores de Internet) y un amplio rango de terminales” (desde teléfonos móviles, tablets, Ipods, celulares inteligentes, etc.) (Scolari et al. 2008).

“De ser un medio de uno a uno, el teléfono ha evolucionado hasta adoptar ciertas modalidades de la Internet (efecto bola de nieve). La tercera generación de dispositivos móviles incorpora diferentes modos de comunicación, desde los más públicos y masivos (recibir televisión) hasta los más personales (enviar y recibir mensajes de SMS). Entre estas dos modalidades hay un amplio rango de comunicación e intercambio de formatos que ningún otro dispositivo puede proveer. Hasta cierto punto, la nueva generación de teléfonos móviles está más cerca de las computadoras personales que de los teléfonos tradicionales. Esta es la razón por la que podemos considerarlos un metamedio⁹, un concepto que muchos investigadores han utilizado para referirse a la Web” (Colombo 1996).

Según Fausto Colombo (1996), la mCommunication es un fenómeno en el que confluyen una serie de propiedades y funciones:

- Comunicación en todo momento y lugar.
- Convergencia de funciones, medios y lenguajes.
- Integración de distintos modelos de comunicación (broadcasting¹⁰, unicasting¹¹, multicasting¹², etc.)
- Bidireccionalidad (consumo y producción de contenidos)
- Contenidos y servicios diseñados de acuerdo con la localización del usuario.

La digitalización de los contenidos y de los procesos de distribución así como la difusión global de la Internet fue sólo la primera fase de una evolución muchísimo más compleja. La segunda fase de la digitalización de la comunicación acaba de comenzar con dos tendencias bien definidas:

⁹ **Metamedio:** Proyecto creado sobre ideas y medios de comunicación hecho desde cero.

¹⁰ **Broadcasting:** Término que designa el servicio de emisión de señales de radio y televisión para uso público generalizado o muy amplio.

¹¹ **Unicasting:** Envío de paquetes o información desde un único emisor a un único receptor.

¹² **Multicasting:** Envío de información en una red a múltiples receptores de forma simultánea.

1. El modelo tradicional de comunicación mediática, basado en el concepto de difusión (uno a muchos) se ha visto desafiado por la aparición de nuevas lógicas colaborativas (muchos a muchos) (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski 2007; Logan 2004; O'Reilly 2005).

2. La difusión de dispositivos móviles capaces de conectarse a la Internet y de recibir y transmitir toda clase de contenidos digitales ha abierto las puertas a lo que hoy conocemos como Internet móvil (Steinbock 2003, 2005).

Los medios electrónicos eliminaron la distancia entre el emisor y el receptor, pero ambos tenían que permanecer estáticos para que se diera el proceso de comunicación. El primer dispositivo que proveía a la vez portabilidad de la voz y la movilidad de los sujetos fue el walkie talkie o los teléfonos de onda corta usados por los militares.

Las radios y televisiones portátiles permitieron que los usuarios pudieran disfrutar de sus programas favoritos en cualquier sitio así como también los autos con radio constituyeron otra instancia de portabilidad de la señal de radio.

El teléfono celular, que comenzó como un dispositivo del coche y luego se redujo en tamaño para transformarse en un dispositivo manual, expandió la posibilidad de desplazamiento de emisores y receptores.

La tecnología Wi-Fi y la banda ancha llevó un paso más adelante a la movilidad de la computadora portátil para aquellos usuarios que necesitan conectarse a Internet.

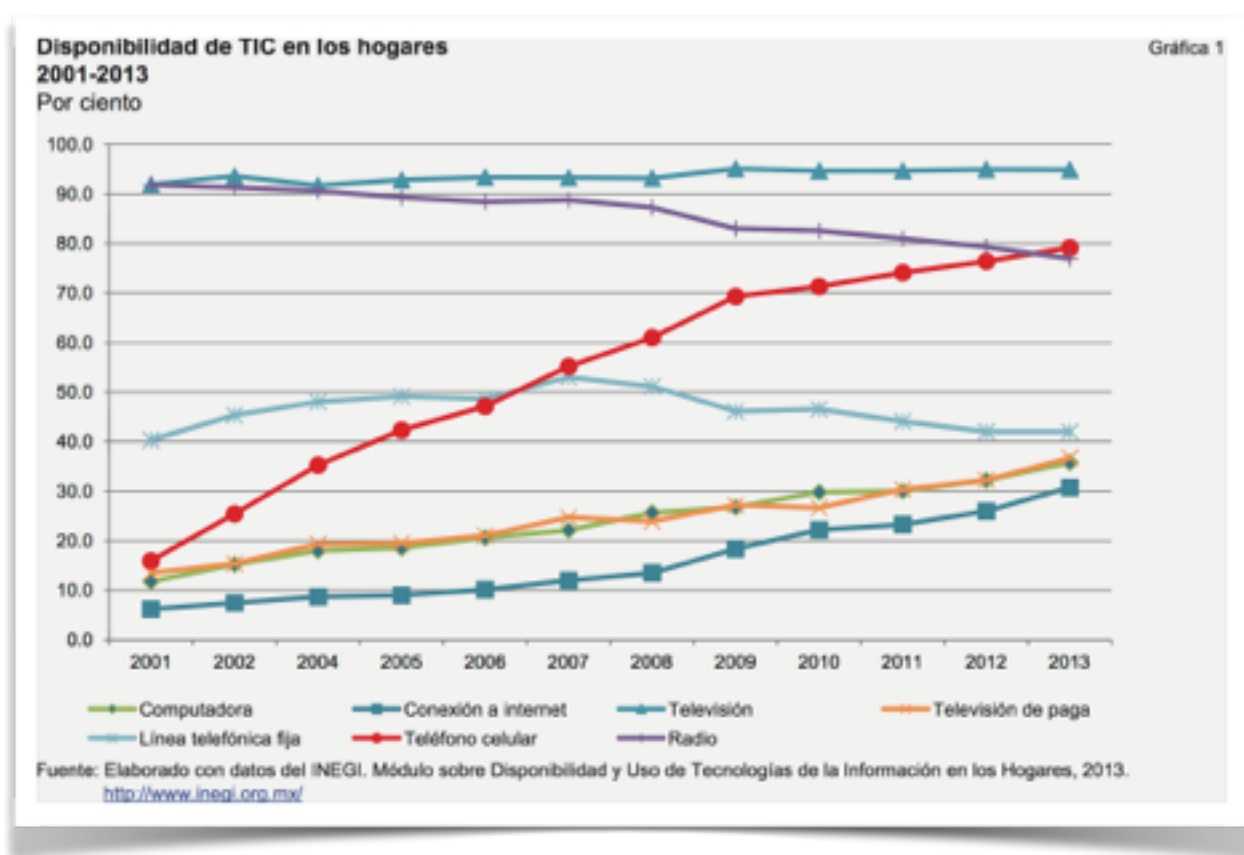
La convergencia del teléfono y la tablet es el caso del Blackberry y el I-phone combina la portabilidad y la movilidad tanto del teléfono como de las comunicaciones vía Web.

1.5 Smartphone y vida cotidiana

Unos años atrás tener un teléfono móvil o era cuestión de status social o simplemente solo las familias adineradas podían contar con este lujo, pero, hoy en

día aquella persona que no cuenta con este dispositivo “no esta a la moda” como dirían los jóvenes.

Al paso del tiempo la telefonía como todo fue evolucionando y este se ha convertido en un objeto personal para cada persona. Un smartphone son teléfonos móviles que ofrecen alguna o varias funcionalidad básicas, como el manejo de agenda o calendario, pero en la actualidad incluyen funciones multitareas, permiten la instalación de nuevos programas o Apps, navegación en la Web y mensajería instantánea, entre otras.



(Gráfica 2)

“El gran beneficio que ofrecen estos celulares es la posibilidad de tener varias funciones a través de un solo dispositivo tecnológico” (Silva Parra, 2011).

Si, es más fácil tener comunicación con nuestro círculo social o aquellas personas que tenemos a distancia, pero, con las personas que tenemos más cercana, ¿Cómo esta la comunicación?

Su uso (**Gráfica 2**) es un fenómeno cultural y social tan amplio que es la responsable de numerosos comportamientos, modos y gestos negativos e incluso algunas actitudes derivadas de su utilización prolongada a un largo tiempo.

¿Qué tiene esta nueva tecnología de las comunicaciones que logró en tan corto tiempo cautivar de una manera masiva y veloz a las personas, y que se ha captado la mirada de muchos productos de mayor crecimiento de la sociedad de consumo? En este punto podemos citar a un autor muy importante de la comunicación y es Laswell, quien consideraba “que cuando se pretende llegar con un mensaje a una gran cantidad de personas, se debe tener muy claro quién va a codificar¹³ ese mensaje, cuáles son sus intenciones (el por qué y el para qué).”

Mencionaba que de ahí se deriva el contenido del mismo, quedando claro qué es exactamente lo que va a decir, para luego poder seleccionar el canal o medio de comunicación más apropiado que permita que el mensaje llegue bajo las condiciones óptimas al receptor y que éste a su vez esté preparado para recibir el mensaje y emitir una reacción o retroalimentación, y es así como se satisface esta necesidad de comunicación de las personas convirtiendo.

Los teléfonos inteligentes o smartphone exigen que las personas estén disponibles para que lo que se necesite, con lo cual se crea una gran dependencia de las demás personas pero también de uno mismo, ya que al no tenerlo contigo te sientes incomunicado. El celular se ha convertido en una extensión del cuerpo, como bien lo ha explicado McLuhan en el análisis que realiza sobre la evolución de las tecnologías y de las extensiones del cuerpo que se vuelven dependientes una de la otra.

Roland Barthes señala que todas las mitologías¹⁴ de la sociedad de consumo construyen desde el poder para convertir lo histórico en natural. La sociedad de consumo esta cimentada en un inmenso proceso de producción de signos, que circulan con el fin de promover y generar deseos, necesidades y sueños. En el discurso publicitario se hace evidente el poder de la ideología, que impone visiones del mundo a través de mitologías que enmascaran las desigualdades existentes. A

¹³ **Codificar:** Proceso por el cual la información de una fuente es convertida en símbolos para ser comunicada.

¹⁴ **Mitología:** Relatos que forman parte de una determinada religión o cultura.

su vez, esas mitologías no serían tales en el universo de la posmodernidad¹⁵ al margen de un mundo mediatizado compuesto por varias autopistas de la información, una economía en red y la omnipresencia de los medios de comunicación.

2. La juventud en el BOOM tecnológico móvil

Como hemos estado diciendo a lo largo de dicha Investigación hay generaciones (Generación Y), quien tuvo la suerte vivir este gran cambio tecnológico, pero cada vez surgen más conceptos a los cuales las personas deben adaptarse para tener un mejor entendimiento en la vida diaria. Uno de los casos, es el educativo, la incorporación de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje, convirtiéndose en recetas, difícilmente aterrizadas a la realidad tecnológica de los sujetos.

A su vez, crece de manera sorprendente el bombardeo de conceptos, tales como: cibereducación, E-learning¹⁶, B-learning¹⁷, aulas virtuales, conocimiento en red, educación virtual, educación online, teleformación¹⁸, entornos virtuales de aprendizaje, virtualización, competencias digitales, TecnoEducación, por mencionar algunos, teniendo, algunos de ellos, un escaso soporte teórico metodológico.

En este ámbito, y mientras la tecnología avanza de manera vertiginosa, nuevos jóvenes entran a la universidad, sabiendo utilizar diversos aparatos tecnológicos, con distintas lógicas de pensamiento, con diferentes formas de aprender y de hacer sus trabajos escolares, con nuevas formas de organización social, con otras formas de captar la realidad. Muchos de ellos forman parte de una generación que ha crecido inmersa en las nuevas tecnologías, convirtiéndose Internet, y otros aparatos o sistemas tecnológicos, en parte integral de sus vidas y en su realidad tecnológica. Según Prensky (2001):

¹⁵ **Posmodernidad:** Movimiento cultural occidental que surgió en la década de 1980 y se caracteriza por la crítica del racionalismo, la atención a lo formal, el eclecticismo y la búsqueda de nuevas formas de expresión, junto con una carencia de ideología y compromiso social.

¹⁶ **E-learning:** Consiste en la educación y capacitación a través de Internet.

¹⁷ **B-learning:** Se refiere a la combinación del trabajo presencial (en aula) y del trabajo en línea

¹⁸ **Teleformación:** Permite realizar acciones formativas a través de Internet sin limitaciones de horarios ni lugar

“los estudiantes de hoy desde niveles de primaria a universidad– representan la primera generación que creció con esta nueva tecnología. Han pasado su vida entera rodeada por el uso de computadoras, videojuegos, reproductores musicales digitales, cámaras de video, teléfonos celulares y todos los demás juguetes y herramientas de la era digital. El promedio actual de un estudiante graduado de la universidad, ha pasado más o menos cinco mil horas de su vida leyendo, pero diez mil horas jugando videojuegos, sin mencionar veinte mil horas viendo televisión, juegos de computadora, correos electrónicos, la Internet, teléfonos celulares y mensajes instantáneos, que son parte integral de sus vidas” (Guzmán, 2008).

2.1 El teléfono celular, más allá de la comunicación

El uso del celular se ha convertido en un accesorio “fundamental” hoy en día. De acuerdo con una Investigación de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en 2009, el 90% de los estudiantes cuenta con uno. La mayoría de los jóvenes ha aprendido a utilizarlo en un rango de tiempo similar al de la computadora y el Internet, es decir, desde hace 6 a 10 años, y si nos ponemos a pensar hoy en día los niños pequeños de tan solo unos años de nacido ya saben desbloquear los teléfonos inteligentes o simplemente mandar mensajes de voz.

“Son pocos los jóvenes que utilizan Internet vía celular según la página www.comie.org.mx, del total (382) sólo 48 estudiantes señalaron acceder por ese medio. Como es de recordarse, la mayoría de los estudiantes tiene computadora con Internet en sus casas, en cambio la figura del celular con acceso a la red, aún no predomina, lo cual refleja el tipo de jóvenes que se está analizando, de clase media y media-baja, con posibilidades económicas limitadas. Su uso es muy diverso, se concentra en la satisfacción de sus necesidades básicas de orden comunicativo, tales como localizar personas, ponerse de acuerdo, enviar mensajes y hacer llamadas locales. Además, lo usan para escuchar música y para intercambiar archivos musicales, a través del bluetooth.”

Un aspecto interesante dice el portal, “es el beneficio que le otorgan los estudiantes para ponerse de acuerdo con sus compañeros o amigos en la realización de trabajos escolares, lo cual refleja, de cierta forma, la utilidad que

está adquiriendo no sólo para realizar actividades relacionadas con el ámbito social, sino también, con el académico. Se infiere que los estudiantes están descubriendo y adaptando ciertos servicios a sus actividades escolares, por lo que sería interesante investigar la contribución que tiene o que podría tener, en los procesos de aprendizaje, es decir, qué tipo de usos están construyendo los jóvenes en sus actividades escolares (¿toman fotos a los libros? ¿escuchan grabaciones de una clase? ¿graban conferencias?, etcétera).”

2.2 Phubbing: un problema social

Para muchas personas este concepto sonará muy extraño, pero es una realidad, a cuántos no nos ha sucedido que hacemos alguna cita con amigos, familiares o alguna persona especial con la que queramos pasar el rato y nos damos cuenta que no hay comunicación, ¡todos están enajenados en el teléfono móvil!

Por ahora no nos vamos adentrar tanto al tema del Phubbing, pues para esto tendremos un capítulo entero, pero sí te daremos una definición para irte dando una idea más clara. ***El Phubbing (término en inglés) o también conocido como Síndrome de la cabecita baja, es el acto de ignorar a las personas cuando se está conviviendo cara a cara, por prestarle más atención a los teléfonos celulares y dispositivos móviles.***

Desde unos años atrás que dichos inventos llegaron a nuestras manos para solucionar diferentes necesidades de nuestras vidas, han sido de gran utilidad para muchos factores tanto laborales, escolares y la vida diaria; pero con el paso del tiempo hemos dado un uso excesivo a estos dejando atrás las relaciones y conversaciones personales.

Además las personas ya no conversan, se adentran en su mundo cybernético, no hablan, “chatean”, ahora cambian los sentimientos por emoticones¹⁹, inclusive teniendo un grupo de personas en una habitación donde se experimenta un momento, en el que dejan de comunicarse y todas se encuentran perdidos en el mundo de las nuevas tecnologías. Es la adicción que se puede llegar a tener con

¹⁹ **Emoticones:** Símbolos que “expresan” sentimientos, figuras, emociones en redes sociales.

celular, tablet o cualquier dispositivo que nos permita estar conectados en Internet, sin darse cuenta el tiempo que nos consume; incluso las personas han dejado de llamar por teléfono, por la facilidad que tenemos ahora de comunicarnos.

Lo que podemos observar de la tecnología, comunicación y de la publicidad, es que todo se verá reflejado en los problemas que nos pueda traer esta falta de comunicación ¿El motivo? Que el mensaje siempre será interpretado de la manera en como lo vea, sienta y/o entienda el receptor.

Hay que señalar dos hechos: el primero de ellos, se refiere al período de transición de los jóvenes y de toda la problemática que esto comporta; y el segundo, se refiere a un importante elemento que ha aparecido en escena estos últimos años: las nuevas tecnologías. Por lo tanto, podemos afirmar que la generación actual de jóvenes (Generación Z) es una de las primeras que ha tenido acceso a la telefonía móvil y, en consecuencia, la forma en que los celulares son utilizados y los objetivos de su uso son actualmente objeto de interés de investigación.

Un aspecto muy relevante de estos últimos años es el rápido crecimiento de las instituciones y el significado tecnológico, que son muy diferentes en el caso de los chicos/as en relación con sus progenitores. Un resultado muy significativo del desarrollo tecnológico es que no se puede asumir que la cultura y la socialización de individuo se pueden recibir. Es decir, el chico/a necesita comprender que su experiencia será, en mayor o menor grado, diferente de aquella de las generaciones precedentes.

Según Escobar (1991), el cual hace una revisión de las principales teorías e investigaciones desarrolladas hasta la actualidad especialmente por la sociología norteamericana— sobre los efectos producidos por los medios de comunicación de masas, podemos resumir las funciones sociales de las tecnologías de la información y la comunicación en las siguientes:

- Se ocupan de producir y distribuir conocimiento (información, ideas y cultura).
- Proporcionan canales para relacionar a unas personas con las otras (emisores con receptores, etc.). La participación es en esencia voluntaria y

reflejada del uso de los medios de comunicación con el ocio y el tiempo libre y su distanciamiento con el trabajo y las obligaciones.

- Confieren estatus sobre asuntos públicos, personas, organizaciones y movimientos sociales.
- Imponen normas sociales.

“El phubbing es considerado síntoma de adicción, en este caso a las redes sociales a través de dispositivos móviles y, por ello, un problema de salud mental, ya que el uso excesivo de las nuevas tecnologías puede afectar especialmente a niños y adolescentes, ocasionando ciertos trastornos mentales con el tiempo.”(CASTILLO. L,2013)

3. El móvil y el impacto social

Podemos decir que el consumo genera identidad y, por lo tanto, la identidad se convierte en un producto más; que primero, seguramente, fue por accidente algo que llevaban los productos en sí mismos para después, acabar vendiendo la identidad con el producto.

Respecto a los valores específicos de la sociedad del consumo, de manera resumida y teniendo visión de la misma, podemos decir que son los que a continuación se citan. “En primer lugar, destacamos la publicidad y la moda como los impulsores del consumo de una infinidad de productos en cantidades cada vez mayores. A continuación, encontramos el valor de la innovación, es decir, aquello nuevo o la novedad, constituyen uno de los valores centrales de la sociedad actual. Por otro lado, la velocidad y la aceleración resultan otros valores claves del sistema consumista. Un cuarto valor central de la sociedad consumista es la visibilidad, es decir, aquello que se ve del producto. Finalmente, hay que tener en cuenta el valor de sobre-representación. Se trata de un valor ligado a la transparencia pero que se ocupa de amplificar y de conducir persuasivamente la visibilidad de los objetos sociales.” (Torner,2000)

(Gonzalez, 2012) La Ingeniera de la Universidad Politécnica de Madrid menciona algunas de las funciones que cumple el teléfono móvil tras hacer una Investigación sobre este y su Impacto social:

1. **Función como disminución de la angustia**, es decir, como medio de escape ya sea a través de realizar llamadas a los amigos, parientes, etc. o mediante el entretenimiento (juegos, conexión a internet...).
2. **Función de compensación emocional**. Es muy común que los jóvenes utilicen el móvil como instrumento mediador para establecer nuevas relaciones sociales.
3. **Función de compañía**. Sirve como instrumento de acompañamiento de las actividades cotidianas, así como en los momentos de soledad.
4. **Función de información**. Con los nuevos teléfonos dotados de internet se ofrece la posibilidad a aquellos individuos que quieran (o necesiten) de intervenir socialmente en los temas que más les preocupan en un momento concreto.
5. **Función de reafirmación individual**. El individuo puede incrementar su propia estima al reforzar las pautas de actuación o de creencias de los criterios sustentados desde las comunicaciones de masas.

4. “ El Nuevo espacio social”

El portal PsicoApuntes.com dedicado al estudio de recién nacidos los cuales interactúan desde muy temprana edad con la tecnología apuntan a que; “La lógica es simple: arrastrar el dedo por la pantalla para mover los objetos que aparecen en ella hacia arriba, abajo, a los costados. Ellos tocan y algo pasa, de inmediato. Las touchscreens despiertan un comportamiento instintivo en los niños que son parte de la generación touch, regida por el concepto de tocar “a ver qué pasa”. Es natural, es fácil, es llamativo.”

En apariencia, la escena no tiene nada fuera de lo ordinario. Una tableta que puede realizar diferentes acciones controladas con un solo “touch”, imágenes incrustadas a formatos 3D con una óptica HD, simples notificaciones que con solo decir una palabra puedes realizar cualquier acción...

No hay duda de que los niños del siglo XXI son diferentes de los de hace veinte o treinta años atrás inclusive, diez. Con la tecnología como punta de lanza, la revista digital “NUEVA” menciona que “atavesamos un **cambio** de paradigma infantil trascendental. Esto implica que son muy curiosos y participativos; que no se quedan contemplando pasivamente lo que acontece. No temen probar y hacer para aprender. Están muy informados y saben un poco de todo. Cambian de tema o de foco a gran velocidad, lo que puede hacer mermar su capacidad de prestar atención: para ellos, un texto si no es breve es tedioso.

4.1 Un mundo táctil

Si bien la tecnología táctil existe desde hace unas cinco décadas, pero no fue hasta el 2010 cuando las tablets ingresaban en los hogares como un aparato que, a diferencia del celular que quedaba en el bolsillo de los padres, de inmediato se entendió como algo más para la familia.

Para la psicología, el rótulo de “generación touch” o “generación de la pantalla” implica algo más que tocar. De hecho, “tiene que ver con una cuestión visual”, que se caracteriza por la exploración. Pero hasta el momento son pocos los estudios concluyentes al respecto.

Psicológicamente se señala que esta nueva forma de acceder a la tecnología tiene efectos positivos, como “mejorar el acercamiento con la lectoescritura (el período en el que los niños aprenden a leer y escribir). El diseño es otra de las áreas que estos aparatos pueden potenciar (también en adultos), ya que ayudan a dar “una vuelta de tuerca más a la producción 3D”.

4.2 Un radar de lo nuevo

Hoy encontramos juguetes para bebés a partir de cuatro meses, que simulan ser teléfonos celulares. Desde ese momento la tecnología se les presenta a los niños. Pero el bebé primero lo utilizará como mordillo²⁰, luego como juguete que estimula lo auditivo y lo visual, y más tarde lo usará como juguete de comunicación. Los niños juegan con las tablets, crecieron con ellas. Las conocieron desde la cuna. ¿El adulto? No jugó con la tecnología. La aprendió. La adquirió, como cuando nuestros padres nos enseñaron a sujetar un tenedor o un lápiz, “cuando ya el lenguaje era su principal modo de comunicación”

“Además de líderes de consumo, ‘los niños Google’ se caracteriza por su capacidad multitasking²¹ y la avidez por entrar rápidamente en el universo de los adultos. Mientras los niños están adquiriendo su propio celular cada vez a más corta edad, la televisión tradicional fue reemplazada por sitios de entretenimiento a demanda.” (Massonier, 2012)

“Hay que considerar la dependencia extrema o los comportamientos adictivos con respecto al uso de dispositivos. Si un chico no puede estar desconectado o muestra signos de ansiedad y angustia por no poder hacerlo, estamos ante un problema. El riesgo es a qué contenidos acceden y en qué etapa evolutiva y qué hacen para procesar la información que incorporan.” (Massonier, 2012)

4.3 ¿Salud o Agresividad?

Recién en 2010 el "mundo touch" irrumpió en los hogares. Aunque para este entonces todavía no existen muchos estudios en los cuales se pueda definir los efectos secundarios que podría traer dicho aspecto.

Los efectos de una sobreexposición a estas pantallas son similares a la de una de televisión tradicional. El neurólogo infantil de la Clínica Alemana, Marcos

²⁰ **Mordillo**: juguetes de plástico suave o goma que el bebé muerde con sus encías.

²¹ **Multitasking**: Capacidad que tienen las computadoras de ejecutar 2 o 3 tareas de manera independiente.

Henríquez, señala que los más pequeños no deben estar frente a una pantalla por más de media hora. De no ser así, dice, "pueden presentar dificultades para conciliar el sueño, tener conductas agresivas, problemas de concentración, malos resultados académicos, sedentarismo²², obesidad", dificultad para interactuar con otros e hiperactividad cuando son inquietos.

Otro problema de salud asociado, mencionado por el Dr. Manuel Méndez especialista de la UNAM, son las malas posturas. "Los dispositivos móviles facilitan las malas posiciones y en consecuencia, los dolores de cuello, hombros y de espalda, entre otros".

4.4 Regla 3-6-9-12

Serge Tisseron, director de Investigaciones de la Universidad París Ouest Nanterre, propuso la Regla 3-6-9-12 para guiar a los padres sobre las edades adecuadas para el uso de cada tecnología:

1) Evitar las pantallas antes de los 3 años. Numerosos trabajos ponen de manifiesto que el niño menor de 3 años no gana nada al exponerlo con frecuencia a las pantallas.

2) No utilizar consolas de juegos portátiles antes de los 6 años. Tan pronto como los videojuegos se introducen en la vida del niño acaparan toda su atención en detrimento de otras actividades.

3) Nada de Internet antes de los 9 años y cuando puede ingresar debe hacerlo acompañado de un maestro o de los padres, quienes deben explicarles las tres reglas básicas del uso de Internet. Todo lo que se publica allí puede caer en el dominio público; todo lo que se sube a Internet quedará allí eternamente, y no todo lo que se encuentra allí es de fiar, por lo que deben consultarse otras fuentes porque no siempre es verdadera la información que se publica en la Red.

²² **Sedentarismo:** Forma social de vida de una comunidad humana que se establece de forma estable en un lugar.

4) Internet sólo a partir de los 12 años. Los chicos podrán ingresar solos a partir de esa edad, pero su utilización debe ser con prudencia, los padres deben acompañar y definir reglas de uso, horarios y utilizar controles parentales²³.

“La Regla 3-6-9-12 es necesaria, pero no suficiente. Es importante, además, controlar el tiempo que están frente a las pantallas a toda edad. Los chicos de entre 3 y 5 años no ganan nada por pasar más de una hora al día frente a las pantallas. Y se debe dar una educación que explique sobre los diferentes medios de comunicación.” (Tisseron. S, 2013)

²³ **Controles Parentales:** Característica especialmente útil para padres y responsables educativos que desean impedir que niños o adolescentes puedan acceder a páginas Web inapropiadas.

CAPÍTULO II

PHUBBING O SÍNDROME DE
CABECITA BAJA

“La gran cantidad de información disponible libremente en internet implica la adopción de una perspectiva que favorezca la apropiación del conocimiento a través de la selección, integración y manipulación de dicha información en un contexto de navegación permanente.”. (Brown, 2005).

2.1 PHUBBING

2.1.1 Definición

Es muy curioso este término, ya que muy pocas personas lo han escuchado o simplemente han visto diferentes imágenes circulando por las redes sociales acerca de este fenómeno, pero pasa desapercibido. La palabra “Phubbing” es la combinación de dos palabras en Inglés. Por un lado phone (teléfono) y por otro snubbing (despremiar) y esta palabra se usa para aludir al hecho de que una persona deja de prestar atención a otra (ignore a otra persona) por estar utilizando su teléfono inteligente (smartphone), tablet o un notebook.

El texto “Phubbing y las Relaciones Interpersonales en Adolescentes” menciona al autor Escavy (2014), quien define phubbing, como “la manera de prestar más atención a un dispositivo logrando recibir y enviar información, por medio del cual se puede tener relación entre personas donde acuden a la famosa red social que fácilmente se puede encontrar en internet; prefiriendo tener dicha relación con una persona on-line que cara a cara, para establecer una conversación.”

A su vez menciona que, “los smartphones se han convertido en la herramienta de comunicación social más utilizada, no solo para interactuar con amigos y conocidos a través de internet, sino también como sustituto de otras herramientas como despertadores, mp3 o cámaras fotográficas; es normal que a medida que los cambios sociológicos evolucionan, el comportamiento humano se modifica.”

Cada día, son más las personas que sin saberlo tienden a adentrarse más a esta enfermedad sin saberlo, el “PHUBBING” o también conocido como “El síndrome de la cabecita Baja” está llegando a todas las generaciones, desde los pequeños que con solo darles una pantalla touch ya son genios, los adolescentes que son mecanógrafos expertos para poder mandar un mensaje de texto o que la tecnología nos ha dado la sencillez de no molestarnos.

Y esto sin duda no lo es todo, parece que no es suficiente con conectarse a la red durante el día, pues otro término asociado con el “Phubbing” es el “Vamping”, un término que se aplica a los niños y adolescentes que se conectan a la red a través de los dispositivos electrónicos hasta altas horas de la madrugada. Los niños utilizan el ordenador, el Tablet o un smartphone para hablar con sus amistades, jugar a juegos online, consultar páginas web, etc. Teniendo en cuenta que hasta el 65% de los niños con edades comprendidas entre 8 y 12 años ya poseen un teléfono móvil, el riesgo de que practiquen vamping es elevado.

La pérdida de horas de sueño, concentración en las actividades del día siguiente y falta de ánimo ya que se levantan cansados y somnolientos, son algunos efectos que estas tecnologías traen consigo. A lo largo del año, se han realizado diferentes campañas para concientizar a las personas sobre el riesgo de engancharse a las pantallas, su principal medio, las redes sociales.

Pero, **¿por qué practican los niños y adolescentes el vamping?** Tener mucho que hacer durante el día, el colegio, las actividades extraescolares, ayudar en las tareas del hogar, etc., les resta tiempo para ellos mismos y lo sacan de las horas de sueño. A esto hay que añadir que la noche les brinda tranquilidad e intimidad, nadie les interrumpe puesto que el resto de la familia está durmiendo. Pero no se trata de perder una hora de sueño, las consecuencias de esta dependencia tecnológica abarcan mucho más, puede provocar además de los problemas citados, sedentarismo, sobrepeso y obesidad menciona el blog pequelia.republica.com

Y aquí entran dos factores muy importantes la distracción que genera la mercadotecnia y la comunicación donde lo podemos resumir con una buena frase de Philip K. Dick²⁴ “la herramienta básica para la manipulación de la realidad es la manipulación de las palabras.

²⁴ **Philip K. Dick:** Prolífico escritor y novelista estadounidense de ciencia ficción, que influyó notablemente en dicho género.

2.1.2 Dependencia a la tecnología

La tecnología es uno de los insumos fundamentales para la producción de los bienes y servicios que requiere la sociedad. La tecnología es "saber hacer", es conocimiento organizado con un propósito, generalmente productivo. Surge del esfuerzo de investigación y desarrollo, investigación para generar conocimientos y desarrollo para organizarlos hacia un fin.

La generación de tecnología según la Revista Mexicana de Física No. 30 presentada por los Dres. Ricardo Gómez y Juvencio Monroy de la UNAM (1983), es producto de un sistema estructurado de enseñanza, investigación, desarrollo y producción. A nivel nacional la conformación del sistema debe ser su objetivo prioritario. La modernización de la actividad productiva del país está condicionada por el acceso a una tecnología adecuada, a nuestros recursos naturales, humanos y financieros, a la disponibilidad de insumos y a los requerimientos del mercado.

Según García Canclini (2004) otra de las consecuencias en el avance de la tecnología y globalización en la sociedad, es lo que él llama: la conexión y desconexión, donde explica que no todos los jóvenes de la actualidad tienen acceso a la información y la tecnología, y quienes no lo tengan poseerán menos oportunidades a la hora de enfrentarse a un mundo globalizado.

“Es así como se pasa de la integración de las sociedades al sometimiento de la población. Las más informadas sobre las menos informadas. A la hora de acceder a la información, otra desventaja (según este autor) es el “monolingüismo²⁵” proveniente de las ciencias y tecnologías del occidente adoptado por las sociedades mundiales, donde el inglés es el protagonista absoluto; creando así una desventaja en el mundo informático y laboral para aquellos que no lo manejan.”

La Universidad de Palermo en un ensayo sobre la “Dependencia tecnológica menciona a el autor Hobsbawm (1995) quien dice “profundizar acerca de la desigualdad creada por la tecnología hoy en día y cómo perjudica a la juventud a la hora de buscar trabajo, planteando que el mundo está dominado por la tecnología

²⁵ **Monolingüismo:** Uso habitual de una sola lengua por parte de un individuo o un grupo de individuos en una comunidad de hablantes.

y los sistemas de comunicación de transportes, lo cual trae como consecuencia el desempleo masivo. Al implementar constantemente nuevas tecnologías que reemplazan la mano de obra, se pierden puestos de trabajo que no se recuperarán.”

2.1.3 Redes Sociales

2.1.3.1 Historia de las Redes Sociales

Las redes sociales son Web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con todas aquellas personas que deseas tener comunicación o tienes a distancia, en la cual pueden intercambiar fotos, mensajes instantáneos o simplemente aquellas experiencias que han vivido a lo largo del día a día.

Arturo Escobar (2000), al analizar el tema de la cibercultura plantea que las tecnologías de computación y de información dan lugar a un proceso que deviene en la llamada tecnosociabilidad²⁶, entendida como un momento de construcción sociocultural que emerge como consecuencia del despliegue de estas nuevas tecnologías. Bajo esta concepción, se debate acerca de la posibilidad de que se estén gestando cambios culturales que se vinculan de manera directa con el desarrollo de las NTIC.

Existen diferentes tipos de redes sociales que menciona el autor Canelo Borja Autor del Libro “Las Redes Sociales”, en la que la explosión tecnológica ha dado lugar a cuatro tipos de redes sociales cuyos objetivos son, a su vez, distintos:

- a) **Redes sociales de carácter personal** (Facebook, MySpace y Twitter).
- b) **Redes sociales profesionales** (LinkedIn, Xing, Viadeo y Plaxo).
- c) **Redes sociales temáticas** (cuentatuviaje.net, Musicmakesfriends.com).
- d) **Redes sociales de escala local** (Skyrock, Xianoei, Tuenti, Hyves).

²⁶ **Tecnosociabilidad:** Generación que emerge de la cultura entre la comunicación y la tecnología

Muchas son las ventajas que trae consigo estar vinculado a estas nuevas tecnologías, pero la preocupación de todos los padres es la regulación que estas tienen para la seguridad cada uno de los usuarios, ya que al momento de subir alguna foto, video o publicación, sí te da una opción de privacidad, pero todos sabemos que Internet es “**EL MUNDO DEL HACKER**” donde cualquier persona puede acceder a tu información en cualquier momento.

“Se trata de una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: video, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas a la socialización que permiten que las personas puedan interactuar a través de espacios como blogs, grupos, foros, microblogs, wikis o redes sociales de Internet” menciona el libro “Redes Sociales para Estudiantes...”

Los autores de dicho libro, José Manuel Noguera y María del Mar Grandío (2011) mencionan, “en nuestra vida diaria continuamente estamos formando, generando y construyendo redes sociales. En multitud de situaciones usamos como referencia de nuestra conducta a otros, y otras veces los demás nos usan como referencia de sus actuaciones. Cuando nacemos, con el inicio del proceso de socialización, y la incorporación a los grupos sociales primarios, en potencia, estamos comenzando a formar parte en el entramado de más de una red social: aquella a la que pertenecen nuestros parientes, y los amigos de nuestros parientes, que muchas veces son nuestros amigos.”

En el año 2009, se produjo una explosión de las redes sociales en cuanto a número de usuarios. Las relaciones personales y profesionales que tienen lugar en estas redes las convierten en lugares privilegiados para, por ejemplo, el aprendizaje informal y para la extensión del aula más allá de sus espacios y tiempos escolares. Los usuarios han poblado las redes y las utilizan de manera natural; sin embargo, muchos educadores se ven incapaces de entender estas dinámicas y de integrar estos espacios dentro de entornos formales.

A su vez, las redes sociales son herramientas de comunicación que se caracterizan por su inmediatez y su viralidad²⁷, características que hay que tener

²⁷ **Viralidad:** Término utilizado para referirse a la forma en como se repite o llega una acción consecutivamente.

en cuenta con rigor a la hora de plantearse una estrategia de comunicación en social media.

La era digital cambia nuestras vidas de forma imprevisible y hasta inimaginable con afectación a la salud y a la conducta de las personas. Como han señalado distintos autores, los estilos de vida, los grupos de referencia y las expectativas imperantes coinciden con los valores propios de la juventud. La gestación y el desarrollo de movimientos sociales y culturales juveniles a través de Internet confirman un hecho social total que no puede ser tratado como un medio de comunicación únicamente, sino que se manifiesta como una relación social plena e internacional.

Asimismo, estas redes sociales se han convertido en una buena herramienta para el periodismo. Numerosos medios escritos, radiofónicos, televisivos y digitales constan de un perfil virtual para interactuar con sus respectivas audiencias, quienes al unísono se han convertido en receptoras y emisoras de contenidos. El periodismo tradicional tiene que adaptarse y asumir que ya no tiene el monopolio de la información.

2.1.3.2 Peligro a las Redes Sociales

Las redes sociales permiten al usuario generar un perfil con sus datos, y para ello ofrece un formulario animando a completar el mayor número de datos posibles: nombre, edad, sexo, foto, aficiones y gustos, formación académica, profesión e incluso orientación sexual, de modo que toda esta información se hace pública para todos los demás usuarios ya que por defecto, la accesibilidad del perfil no es sólo para tus amigos, sino también para las personas que forman parte de la lista de contacto de tus amigos.

Al menos el 40% de los usuarios de redes sociales según websatafi.com tiene abierto el acceso a su perfil a todo el que pase por ellas, sin restricción alguna de privacidad. Entre los menores de 18 años, este porcentaje se eleva al 77%, según un estudio reciente de la AEPD y el Instituto de Tecnologías de la Comunicación.

Existe un problema derivado de la falta de toma de conciencia real por parte de los usuarios de que sus datos personales serán accesibles por cualquier persona.A

este respecto, Agustín de Asís (2010), Profesor de Derecho Administrativo en la Universidad Carlos III de Madrid, afirma:

“El reto técnico-jurídico es vigilar y ser proclives a medidas que garanticen los derechos de los usuarios. Hay que intentar que el exceso de legislación no acabe con las utilidades y aplicaciones de las redes sociales. No obstante, analizada la situación actual, el futuro pasa por encontrar un buen equilibrio entre las funcionalidades de la Red y las garantías de los derechos individuales”.

Para MacLuhan "las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres, que por el contenido mismo de la comunicación" (MacLuhan, 1967, Pág. 8). De esta forma, MacLuhan abre un importante campo de reflexión sobre la experiencia del mundo mediado, sobre la confusión entre realidad y representación: su teoría se sintetiza en el radical concepto "el medio es el mensaje". ¿Pantalla es realidad?

Desde la perspectiva de MacLuhan (1967), ¿qué modificaciones psíquicas, sociales, culturales, económicas y políticas está produciendo la pantalla táctil? De acuerdo con MacLuhan: "los medios, al modificar el ambiente, suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporciones únicas. La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar, nuestra manera de percibir el mundo. Cuando esas proporciones cambian, los hombres cambian" (MacLuhan, 1967).

En 2009 el Instituto Nacional de la Juventud (Injuve), publicó un informe en el que se recogen los usos de los y las jóvenes. Los autores señalan que la comunicación es un uso mayoritario entre los jóvenes internautas (62% usan el correo electrónico, 32% tienen perfiles en redes sociales). Además realizan descargas de archivos y programas (51% música, 27% programas informáticos). También es para ellos un instrumento de aprendizaje (32% busca estudios, 15% se forma).

La etapa más vulnerable en esta tecnología es la etapa de la adolescencia²⁸, un periodo impreciso de la vida humana donde las hormonas, carácter y muchos

²⁸ **Adolescencia:** Según la UNICEF, la adolescencia se clasifica en 2 tipos: adolescencia temprana (que va desde los 10 a los 14 años y donde empiezan los cambios físicos) y tardía (15 a 19 años de edad, aquí va más enfocado a la identidad y toma de decisiones).

factores que intervienen en la toma de decisiones y que determina el desarrollo por las condiciones sociales en las que se desarrolla.

A diferencia de otras culturas en las que el paso a la posición de adulto está claramente marcado al acceder al trabajo, casarse o realizar algún ritual de paso, en nuestras sociedades del siglo XXI los límites y las marcas que pueden guiar a los y las adolescentes hacia posiciones adultas o han desaparecido o tienen un peso escaso en las cuestiones cotidianas.

La mayoría de los jóvenes y personas que tienen acceso a las redes sociales muchas veces no miden las consecuencias que pueden traer algunas decisiones...

El acoso digital o cyberbullying surge por el rápido avance de las nuevas tecnologías de la comunicación como internet, telefonía móvil, videojuegos, Pda, etc. según Willard (2004: 1) el cyberbullying puede ser definido, en pocas palabras, como “el envío y acción de colgar “sending” y “posting” de textos o imágenes dañinas o crueles en internet u otros medios digitales de comunicación”. Manson (2008: 323) añade que el acoso lo puede realizar un individuo o un grupo de modo deliberado y repetitivo:

“El cyberbullying se define como el uso de la información y comunicación a través de la tecnología que un individuo o un grupo utiliza deliberadamente y de manera repetida para el acoso o amenaza hacia otro individuo o grupo mediante el envío o publicación de texto cruel y/o gráficas a través de los medios tecnológicos.”

Según esta autora, en el fondo el cyberbullying es un modo disimulado de acoso verbal y escrito. Los acosadores hostigan a sus víctimas a través de dos medios “el ordenador y el móvil”. A través del ordenador, el afectado recibe mensajes acosadores en el e-mail, en el mensaje instantáneo. Le envían post obscenos, insultos en chats. incluso el acosador(es) pueden crear blogs o websites para promover contenidos difamatorios.

Existen otros rasgos que diferencian el acoso tradicional y el digital (Heirman y Walrave, 2009; slonge y smith, 2008: 148; Li, 2006: 159; Li, 2008: 225; Ybarra y Mitchell, 2004):

1. Amplitud de la potencial audiencia. Cuando alguien cuelga una foto o un vídeo con la intención de herir a una persona, la audiencia que puede ver ese material puede ser muy grande. en el acoso tradicional, los espectadores de las agresiones eran grupos más pequeños.

Smith (2008) observa que los adolescentes valoran el impacto de la agresión por el medio que se lleva a cabo. en su estudio, encontró que el uso de imágenes y videos tenía un mayor impacto negativo sobre las víctimas en comparación, por ejemplo, con el chat. El SMS, mail y website bullying se situaban al mismo nivel

que el acoso tradicional. Para el autor, atribuye las repercusiones negativas del acoso con archivos de imágenes y vídeo a su facilidad para llegar a una vasta audiencia.

2. Invisibilidad o anonimato: El acoso digital no se realiza necesariamente cara a cara ante la víctima. Por tanto, el acosador puede sentirse menos culpable e incluso ignorar o no ser consciente de las consecuencias causadas por sus acciones, sin la respuesta directa de sus actos puede haber menos oportunidades para el remordimiento y menos oportunidades para intervenir o solucionar el problema.

El anonimato no es una característica nueva en el ámbito del acoso digital ya que siempre han existido casos de bullying tradicional donde el acosador actuaba sin mostrar su identidad. no obstante, la facilidad con la que se actúa en el anonimato o con falsas identidades en la esfera de las nuevas pantallas hace que este atributo tome mayor relevancia.

Kowalski, Limber y agatston (2008), señalan que los adolescentes creen que el anonimato puede favorecer el cyberbullying ya que el acosador tiene menos probabilidades de ser cogido. Parece, por tanto, que los jóvenes prefieren actuar a través de las nuevas pantallas en detrimento del acoso tradicional. algunos autores sugieren que el anonimato en la red es bastante más fácil llevarlo a cabo por las grandes posibilidades que ofrece el medio, el cual permite a los adolescentes crearse múltiples identidades y pseudónimos. algo que también permite los reenvíos de mensajes donde no hace falta ni mostrar el origen.

3. En cualquier lugar y en cualquier momento: La movilidad y conectividad de las nuevas tecnologías de la comunicación provoca que se traspase los límites temporales y físicos que marcaban el acoso en la escuela. Como se ha dicho, el hogar ya no es un refugio, ni incluso los fines de semana ni los períodos vacacionales.

4. Imperecedero: El contenido digital usado en el acoso se almacena en los sistemas electrónicos y no se pierde.

5. Rapidez y comodidad: Las nuevas tecnologías hacen posible que el cyberbullying se expanda mucho más rápido y sea mantenido fácilmente: cortar y pegar mensajes; reenviar SMS a grupos, etc.

6. La fuerza física o el tamaño no afecta: Como consecuencia del anonimato, los acosadores digitales no tienen que ser más fuertes físicamente que sus víctimas.

7. El acosador no marginal: en el bullying, los acosadores suelen tener malas relaciones con los profesores mientras que los acosadores digitales pueden tener buenas relaciones con ellos.

El cyberbullying, como se ha señalado al principio del epígrafe, es un modo disimulado de acoso verbal y escrito. Willard (2004) identifica siete categorías de violencia verbal y escrita a través de las nuevas tecnologías:

1. Flaming: envío de mensajes vulgares o que muestran enfado sobre una persona a un grupo online o a esa persona vía email o SMS.

2. Acoso online: envío repetido de mensajes ofensivos vía email o SMS a una persona.

3. Cyberstalking: acoso online que incluye amenazas de daño o intimidación excesiva.

4. Denigración: envíos perjudiciales, falsas y crueles afirmaciones sobre una persona a otras o comentarios en lugares online.

5. Suplantación de la persona: Hacerse pasar por la víctima y enviar o colgar archivos de texto, video o imagen que hagan quedar mal al agredido.

6. Outing: enviar o colgar material sobre una persona que contenga información sensible, privada o embarazosa, incluido respuestas de mensajes privados o imágenes.

7. Exclusión: Cruel expulsión de alguien de un grupo online.

2.1.4 Infancia y adolescencia modificadas

Con menos de 3 años ya saben mandar un mensaje de audio o simplemente desbloquear la pantalla de tu smartphone, niños que parecen estar híper estimulados y conectados con esta tecnología. Su forma de pensar y actuar está influenciada por la tecnología.

Un gran número de expertos siguen la teoría de que los niños aprenden por medio de la creación de su propio conocimiento, asimilando los cambios que aparecen en su entorno y descubriendo continuamente cosas nuevas. Sobre esta base parece adecuado facilitar el uso de las nuevas tecnologías, que ayudarían a los niños a ir creando su propio saber al estimular o ayudar la capacidad de aprender.

2.1.5 ¿El teléfono móvil, un instrumento de poder?

Los beneficios que se obtienen al tener un teléfono móvil son grandiosos, pero a su vez, muchas personas lo usan de una manera negativa o con fines negativos. Es por eso que hay que tener bien en cuenta todos los “niveles de privacidad” que se tienen en cada una de las redes sociales que queramos usar ya que hoy en día uno de los temas más sonados dentro de estas es el ciberacoso o ciberbullying.

Se define ciberbullying o ciberacoso como todo acto agresivo e intencionado llevado a cabo de manera repetida y constante a lo largo del tiempo, mediante el uso de formas de contacto electrónicas por parte de un grupo o de un individuo contra una víctima que no puede defenderse fácilmente.

Este problema cada vez es más grave por lo que es importante que se establezcan protocolos de actuación dentro del contexto educativo, que nos permitan trabajar también en niveles de prevención. Además no es sólo importante actuar desde el

ámbito escolar sino que es fundamental destacar el papel familiar que es el pilar donde se forma cada persona.

El tema de la pérdida de comunicación por la tecnología es sumamente importante con la aparición de las TICS. El uso de móviles, internet y redes sociales han tenido una repercusión universal entre escolares y jóvenes. El uso incorrecto de estos medios informáticos ha impulsado nuevas modalidades de daño emocional (molestias, agresión o acoso), llamado ciberbullying o ciberacoso. (Campbell, 2005; Li, 2006).

Además, el modo en que los mensajes del ciberacoso se crean y difunden también puede verse fomentado por los estados emocionales de los ciberacosadores, El factor de los medios de comunicación hace que uno sea más capaz y esté más dispuesto a hacer daño a otros, ya que ayuda a alejar al ciberacosador de la cibervíctima.

Los principales medios con los que se perpetra el ciberbullying son a través de e-mails, mensajería instantánea, chats, textos o imágenes a través del móvil, redes sociales, páginas webs, blogs, entornos virtuales de aprendizajes o sitios webs de alojamiento de videos. (Sobre el ciberbullying, Guía para el profesorado, 2012)

Otra de las cuestiones que se tiene que tomar muy en cuenta de la que se pasa desapercibido, es que muchas personas no se detienen a mirar las políticas que te presentan las redes cuando las personas se registran, solo es cuestión de dar ACEPTAR, ACEPTAR Y ACEPTAR.

Se pueden considerar que existen básicamente dos tipos de ciberbullying: aquella que actúa como reforzador de un bullying ya iniciado, y aquel que surge directamente a través de las TICS sin antecedentes preciso. (Hernández Prados y Solano Fernández, 2007)

Además hablar de ciberbullying, según Aftab (2010), podemos diferenciar el acoso directo y el acoso indirecto:

- **Acoso Directo:** Consiste en el envío directo de mensajes a otros adolescentes.

- **Acoso Indirecto:** Se basa en involucrar a otras personas para acosar a la víctima

Pero, ¿qué pasa con los puntos positivos?, ¿qué pasa si, yo tengo “protegida” mi red social? No solo son puntos negativos los que podemos encontrar en esta tecnología como lo mencionamos anteriormente, el saber explotar dichas redes puede llevarte a un gran éxito en grande medida en el ámbito de la comunicativo, marketing, publicitario, etc.

Internet se ha convertido en el boom de los cambios radicales en la mente de comunicas de las personas y organizaciones. Cada vez los esquemas líneas, sencillos y previsibles de la comunicación mediática tradicional va variando conforme aparecen nuevos y creativos paradigmas.

Esto da lugar a que Internet puede ser visto no sólo como una herramienta que permite acortar distancias, sino a entenderle como un espacio social, en sí mismo, donde las relaciones se hacen presentes (Rheingold 1996; Gómez Cruz 2003).

Se trata de una revolución que va cambiando vertiginosamente de una forma exponencial ante nuestros ojos y en la que hoy en día una persona innovadora puede ser parte de este medio. Alejandro Piscitelli afirma:

“Internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios. Nacida de una combinación de necesidades militares y experimentales a fines de la década del sesenta (Hafner y Lyon, 1996, Abbate, 1999), sobrepasando sus estrictos cinturones de seguridad y dando lugar a movilizaciones anarquistas y contraculturales a mediados de los noventa, se comercializó e inició una evolución/ revolución que ha pasado por varias etapas y que está hoy en plena ebullición.” (Piscitelli, 2002: 207).

En nuestra vida diaria continuamente estamos formando, generando y construyendo redes sociales. Estas se caracterizan por que hay que tener en

cuenta con rigor a la hora de plantearse una estrategia de comunicación en social media.

Movernos hacia otra perspectiva nos permite ver a Internet desde sus condiciones y posibilidades comunicativas. Su lenguaje multimedia abarca expresiones visuales, escrito-visuales, sonoras y audiovisuales. Debido a su arquitectura informática, es reticular. Por el tipo de niveles de comunicación que puede establecer se le considera multinivel (comunicación interpersonal, grupal y masiva), en tanto que el uso del tiempo lo convierte en multicrónico, ya que permite comunicación en tiempo real y diferido. Es también un medio que debido a su ubicuidad espacial se le considera desterritorializado y en la medida en que utiliza un lenguaje no secuencial, permitiendo abrir ventanas simultáneas con textos diferentes que pueden ser asociados libremente por los usuarios, se le reconoce como hipertextual (Echeverría, 2000).

2.2 Nomofobia

A principios del siglo XX William James (1842-1910), uno de los padres de la psicología moderna y gran difusor del pragmatismo como corriente filosófica, escribió su artículo "Habit" (Hábito). En él desarrolló ampliamente su idea de plasticidad cerebral, y lo que ésta implicaba en el comportamiento animal y humano.

Ponce (2011), comenta que se considera que la Nomofobia es una de las patologías tecnológicas más modernas y de aparición reciente, es conceptualizada como el miedo irracional a quedarse sin teléfono móvil ya sea momentáneamente o para siempre. Su nombre proviene de la expresión inglesa "no-mobie-phone phobia" que significa "sin móvil o celular".

A diario, se envían millones de SMS en el mundo entero, por todos los lugares oímos sonidos de timbres y melodías de forma constante y, casi en cualquier lugar: restaurantes, la cola del supermercado, el instituto, el parque, etc. y vemos muchas personas enajenadas a su dispositivo para dejar de estar continuamente comunicado.

Este tipo de adicción, ya está clasificada a un tipo de drogas de las que se empieza hablar por las nuevas tecnologías que han pasado a formar parte de las denominadas adicciones psicológicas o adicciones sin drogas.

“A diferencia de otras adicciones, como el alcoholismo o la adicción al juego (ludopatía²⁹), etc. la edad en la que comienza es muy baja, desde los once o doce años menciona “verticespsicológicos.com” pues es muy fácil el tener un móvil, ya existen incluso móviles especialmente para los niños con dibujitos para ellos, aplicaciones diseñadas para los más chicos y además los padres se sienten seguros de que su niño/a tenga un móvil para poder llamar ante cualquier urgencia o simplemente para tenerlos tranquilos en casa.”

Becoña y Cortés (2010), definen que una adicción consiste en una pérdida de control de la persona ante cierto tipo de conductas que tienen como características producir dependencias, síndrome de abstinencia, tolerancia, vivir para y en función de esa conducta y otros. Se debe anotar que toda adicción siempre provoca un malestar significativo en la mayoría de las áreas en donde se desenvuelve el individuo.

El uso de la telefonía móvil según Valencia (2011), indica que se ha convertido en parte de la vida cotidiana de las personas en el mundo llamado civilizado, este medio de comunicación permite que el flujo de información entre los seres humanos sea más rápido y fácil, pues solo se requiere estar en una zona que tenga la cobertura necesaria y el crédito suficiente, para no solo tener acceso telefónico o de mensajes de texto con otros, sino también acceder a internet, tomar fotografías o videos de excelente calidad, escuchar radio, tener en aparato la agenda del día o utilizar paquetería de cómputo, todo en un simple y diminuto artefacto. Entre más ofrece el móvil se ve marcado directamente proporcionales al nivel de adicción en las personas, entre más ofrece el móvil más dependiente se es de él, lo que a corto plazo se manifiesta en trastornos muy peculiares.

²⁹ **Ludopatía:** Inclínación patológica a los juegos de azar.

Temor, inseguridad, falta de concentración o la incómoda sensación de no tener las cosas bajo control son tal vez los indicadores más evidentes de este trastorno, pero no los únicos.

Estos padecimientos pueden ir además acompañados de sintomatologías físicas más severas, como: contracturas, sudoración excesiva, taquicardia, problemas gastrointestinales y hasta ataques de pánico. Para evitar tanta agonía, consultamos compulsivamente la pantallita, chequeamos una y mil veces los mensajes y los mails o actualizamos las redes sociales con una frecuencia inusitada, pero de la sintomatología ya nos encargaremos más adelante.

Tres máximas que, pese a datar de principios del siglo pasado, son tremendamente actuales. Es indiscutible que la disciplina, la motivación y la determinación son claves a la hora de cambiar nuestra vida. Por supuesto, no es fácil mantenerse siempre del lado del cambio, ya que los hábitos antiguos siempre intentan tirar de nosotros hacia aquello que durante mucho tiempo ha sido nuestra forma de vida. Pero si logramos reeducar a nuestro cerebro, en poco tiempo esas acciones nuevas pasarán a ser hábitos con un lugar indiscutible en nuestras vidas.

Para William James Psicólogo de la Universidad de Harvard dice que “las influencias externas que penetran en el cerebro ahondan vías (refuerzan hábitos) o crean otras nuevas (establecen nuevos hábitos). Y dichas influencias externas, en consecuencia, modifican tanto la estructura como el funcionamiento cerebral: éste es el pleno sentido de la plasticidad cerebral. Un fenómeno que estudiaron en profundidad neurólogos como Ramón y Cajal, y que en el siglo XX reveló ser determinante para el aprendizaje, la memoria, la adquisición de habilidades, e incluso el establecimiento de adicciones”.

Las adicciones tecnológicas según Trovilla, Trujano y Dorantes (2009), indican que en estos días las tecnologías inteligentes ocupan un espacio importante en el desarrollo de la actividad humana cotidiana que incluye a cada una de ellas en el diario vivir y ya no simplemente como un lujo o un aspecto importante sino como una necesidad para el desarrollo de las actividades que se desarrollan a diario, esta misma actitud genera una estructura psicológica y social, que no necesariamente se lleva a cabo en el plano de lo real; sino más bien comienza a ocupar un espacio meramente virtual.

Castellana, Sánchez, Graner y Beranuy (2007), definen a las adicciones tecnológicas como aquellas que involucran la interacción del hombre-máquina, y las divide entre pasivas como la televisión entre otras y activas como el internet, móvil, videojuegos y más. El diagnóstico de la adicción a la tecnología parte del mismo principio que las adicciones a sustancias, se definen tres síntomas nucleares:

- 1. Incapacidad de control e impotencia.** La conducta se realiza pese al intento de controlarla o no se puede detener una vez iniciada.

2. **Dependencia psicológica.** Incluye el deseo, ansia o pulsión irresistible y la polarización o focalización atencional, al convertirse la actividad en la más importante al dominar pensamientos y sentimientos.
3. **Efectos perjudiciales** graves en diferentes ámbitos para la persona, conflicto interpersonal, experimentándose subjetivamente malestar, ámbito familiar y social, conflicto interpersonal, trabajo, estudio, ocio, relaciones sociales y otras.

Dentro de los síntomas no esenciales más frecuentes en la adicción comportamental y tecnológica se puede notar:

- Tolerancia y abstinencia.
- Modificación del estado de ánimo y sensación creciente de tensión que precede inmediatamente el inicio de la conducta. Placer o alivio mientras se realiza la conducta. Agitación o irritabilidad si no es posible realizar la conducta.
- Euforia y trance mientras se desarrolla la actividad.
- Negación, ocultación y minimización.
- Sentimientos de culpa y disminución de la autoestima.
- Riesgo de recaída y de reinstauración de la adicción.

2.2.2 Factor social: Causas

En muchas ocasiones pensamos que el tener miles de amigos nos hacen más populares, pero, ¿qué pasa con la pérdida de comunicación con la gente que tenemos a nuestro alrededor? ¿Redes sociales o antisociales?. Y es que esta pregunta, tiene mucha razón, las citas de hoy en día se han convertido en citas presenciales en modo on-line, parece ser que dentro de unos años las personas no tendrán que hablar de una forma presencial, sino todo lo contrario, todo será por vía mensaje. El problema está en que como ya se ha mencionado el receptor tiende a captar de una forma el mensaje mientras que el emisor tal vez lo decide en un contexto distinto, es por eso, que existen los problemas.

El móvil según Chóliz, Villanueva y Chóliz (2009), definen que tiene una serie de atributos que lo hacen singularmente atractivo a los adolescentes; autonomía respecto de los padres, optimización de la comunicación con las amistades, o ampliación y mantenimiento de las relaciones interpersonales.

“Como el teléfono no solamente es un instrumento para hablar a la distancia, que es lo que etimológicamente significa, sino que dispone de un amplio elenco de funciones relacionadas con las innovaciones tecnológicas que son extraordinariamente atractivas para los jóvenes, esta multifuncionalidad, añade al hecho de la significación que adquiere para los adolescentes puede explicar no solo la fascinación que provoca en ellos, sino el hecho de que los adolescentes utilicen el móvil de distinta manera y puede que con diferente frecuencia. Todo esto unido provoca el dedicarle más tiempo al móvil, momento donde se empieza la afición por el aparato y esto provoca gradualmente la adicción.”

Entre las causas más características se pueden diferenciar las siguientes:

CAUSAS	
Autonomía:	El móvil es un instrumento que permite definir el propio espacio personal y que les provee autonomía respecto a los padres de familia, no obstante al mismo tiempo que preserva la intimidad y favorece una esfera de autonomía, crea otra dimensión de control paternal ya que para los padres el móvil es una fórmula de control de los hijos, una auténtica correa digital que les permite conectar con ellos cualquier momento o lugar.

CAUSAS

Identidad y Prestigio:

Más que la propia posesión del móvil, el tipo de aparato significa status, estilos de conducta o actitudes, en definitiva moda. Para muchos adolescentes el móvil se convierte en un objeto personalizable y personalizado, que refleja actitudes y valores un autentico símbolo de identidad y prestigio.

Aplicaciones Tecnológicas:

Las innovaciones tecnológicas asociadas con la computación y electrónica ejercen una fascinación especial en los adolescentes, quienes no solo están dispuestos a dedicar tiempo y esfuerzo en aprender a utilizar las numerosas funciones que les brindan los desarrollos tecnológicos, sino que también suelen adquirir las destrezas implicadas en dichas aplicaciones con mayor rapidez que los adultos.

Actividades de Ocio:

Las innovaciones tecnológicas del móvil no solo están al servicio de la optimización del proceso de comunicación, sino que en muchos casos son esencialmente una forma de disfrutar del tiempo libre y convierte una fuente de ocio especialmente atractiva para los adolescentes ya que poseen las características esenciales de las conductas motivadas intrínsecamente, tales como reto óptimo o autodeterminación.

CAUSAS

Fomento y Establecimiento de Relaciones Interpersonales:

Las diferentes aplicaciones del móvil favorecen el establecimiento y mantenimiento de las relaciones interpersonales, entre otras funciones las llamadas perdidas sirven para manifestar a otra persona que se recuerdan de ella mientras que los mensajes cortos mantienen activos los vínculos afectivos o de amistad.

Instrumentalidad:

Los servicios que el móvil ofrece son los aspectos más elementales por lo que los buscan y prefieren quien lo adquiere, entre más instrumentos útiles posee el móvil mayor será la adicción que éste pueda provocar.

Uso y trabajo:

Según Escobar (2012), comenta que en la entrevista presentada en CNN por la doctora Sanjay Dixit informa que los trabajadores que tienen en su poder por más de tres horas seguidas el móvil son más propensas a padecer esta enfermedad tecnológica y que pueden presentar el cuadro sintomático de la Nomofobia por la misma predisposición a poseer en todo momento el móvil.

CAUSAS

Disponibilidad y/o amplia frecuencia:

Se realizaron estudios donde se investigó que dentro de las causas de la aparición de la Nomofobia está la señal (hasta ahora el 4G) que tenga el móvil, mientras más señal se tenga con el dispositivo móvil mayor será el nivel de adicción porque se tiene más capacidad para enviar y recibir SMS, llamadas, entre otros servicios que éste pueda ofrecer.

Servicio de Redes Sociales:

Este es un paquete que ofrecen ciertas compañías telefónicas y consta de tener en el dispositivo la facilidad de acceder a las redes sociales que el internet ofrece, hacer comentarios, publicaciones y otras acciones en cualquier parte y a cualquier momento, no esperando tener una conexión a internet o acceder a un servidor especial.

Para Castellana, Sánchez, Graner y Beranuy (2007), indican que el celular es un dispositivo técnico que permite ser desplazado de un lugar a otro y que se convirtió en objeto personal, propio, exclusivo e íntimo presente en muchos aspectos de la vida utilizándolo en su mayoría en aspectos de la vida diaria, tal es el caso de despertador, incluso hay personas que duermen con el celular bajo la almohada o en la mesita de noche, otros más lo usan como reloj de bolsillo, cámara fotográfica, grabadora, agenda electrónica.

El móvil en estos tiempos es tomado como un accesorio más de la vestimenta personal, integrándose a la llamada Esfera Personal; que es todo lo que se relaciona con los artículos de primera mano que sirven en la vida diaria, es tan común esto en nuestros días que llevar el celular en la mano es similar a portar la

billetera, cartera o algunas fotos teniendo una relación estrecha con toda el área emocional.

Los estudios de Nomofobia y otras adicciones demuestran que nunca un aparato tecnológico se había convertido en un aspecto tan importante en la vida diaria de las personas determinando el poder de la identidad individual, llegan a modificar tantas áreas de la personalidad demostrando comportamientos obsesivos, aspectos emocionales entre otras áreas de importancia.

Los adolescentes y mujeres de edad comprendida entre los 18 y los 24 años son los perfiles más propensos a realizar un uso abusivo del móvil.

Para muchas personas el teléfono móvil se ha convertido en su principal vía de relación y comunicación. Identifican el móvil como un elemento que les genera el sentimiento de estar acompañados.

Para eso, vamos a ver de una forma más detallada cuales son los principales factores que afectan el ámbito social el uso de este dispositivo:

2.2.3 Factor ambiental

2.2.3.1 Adicciones Comportamentales y Tecnológicas

En los últimos años, las tendencias a las redes sociales y las tecnologías han dado mucho de qué hablar, sin embargo lo que las personas no se dan cuenta es del impacto que se está dando al afectar el aspecto de la comunicación dentro de los círculos sociales en los que nos encontramos.

Por muchos likes, comentarios o mensajes que se tengan a lo largo del día, nada se va a comparar con una buena conversación cara a cara con esas personas cercanas.

El abuso de estas tecnologías están bloqueando la comunicación e integración familiar desde un punto central, el cual cada vez más personas se ven afectadas a ello.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) una de cada cuatro personas sufre trastornos relacionados con las nuevas tecnologías, un abuso de ella puede provocar pérdida de memoria a una edad muy temprana.

El Universal (2014), en una nota referida a las adicciones telefónicas mencionaba: “El teléfono se ha convertido en un artículo de primera necesidad y hemos dejado de recordar detalles elementales como fechas de cumpleaños, direcciones y en ocasiones puede verse el daño en resultados académicos negativos por falta de retención.”

Cada vez es más común ver a las personas con estos dispositivos y en algunos casos ya muchas de las personas ahora cargan con dos celulares, el simple hecho de que uno lo utilizan para hacer solo llamadas y el otro para poder estar registrando o checando aquellas redes sociales en cuestión de minutos.

La amistad es otro punto fundamental que también está afectada porque a los chicos no les basta con comunicarse en persona, sino que tienden al estar “enajenados” por el teléfono o por internet, ya no sienten la necesidad de verse para conversar sino que simplemente creen que ya es suficiente con poder mandar un mensaje de texto; para tener una relación sentimental entre jóvenes ahora

resulta más fácil por la tecnología, pero el problema llega cuando se tienen que ver personalmente y no coincide lo escrito con lo que se habla personalmente.

2.2.3.2 Nomofobia y Rendimiento Escolar

“En los 80, fue la PC; en los 90, internet. Hoy, la revolución es el móvil: así resume Howard Rheingold la evolución de las nuevas tecnologías en las últimas décadas. Y observa que, en torno a estas, se han desarrollado organizaciones colectivas espontáneas, virtuales, inteligentes; y nuevos usos de la tecnología, liderados en la mayoría de los casos por los usuarios más jóvenes. Basta con ver el uso masivo que los nativos digitales hacen de los mensajes de textos, para distintos fines.” (“Educación y TIC”)

Uno de los problemas que encabeza los sitios de uso para esta tecnología, es el aula de clase, donde muchos de los docentes o maestros tienden a estar en desacuerdo al permitir el uso del mismo, aunque hay otros que piensan todo lo contrario, ya que lo miran como una herramienta pedagógica que sirve para la búsqueda de información y facilita la enseñanza de los temas en clase.

La red de Internet y la telefonía móvil, permiten acceder a la información que se requiera (textual, sonora o icónica) en cualquier lugar y momento, así como difundirla a todo el mundo, “además de ser un medio de información y comunicación, supone un nuevo espacio para la interacción social donde se pueden desarrollar todo tipo de actividades: entretenimiento, trabajo, comercio, arte, expresión de emociones y sentimientos” (Marqués, 1998), convirtiéndose en elemento indispensable en la vida cotidiana llegando a generar dependencia y “volviendo lo virtual en elemental, y desplazando la convivencia interpersonal hacia un segundo plano” (Sánchez, s/f). Estos avances tecnológicos han transformado los modos de relación, contacto y convivencia entre las personas, sobre todo las generaciones jóvenes han adoptado la tecnología no sólo como una herramienta, sino como una manera de vivir; como dice Sánchez, “hacen del teléfono celular y la Internet una forma de culto, su medio principal de expresión”, ello implica asumir el control de su uso para aprovechar sus ventajas y evitar los perjuicios.

Es muy común ver a los jóvenes por los pasillos caminando sin darse cuenta por donde van, pero muy enajenados en los smartphones; por otro lado observar a los alumnos buscar información acorde a la materia que esta siendo asignada o que simplemente después de alguna clase les interesa algún tema visto y les da curiosidad por investigar sobre el mismo en el dispositivo, es casi nulo.

Para los jóvenes, entre ellos los estudiantes universitarios, el internet y el teléfono móvil se han convertido en un elemento socializante para quienes son introvertidos, pero también implica riesgos de adicción a comunicarse por este medio a través de conversaciones que tienen características especiales por los símbolos, abreviaturas, signos y siglas de que están compuestos, rompiendo las reglas gramaticales del idioma. Su uso en las aulas académicas es limitado, aún cuando tienen un gran potencial para convertirse en apoyos poderosos del proceso educativo, ya que también se puede “navegar” como en una computadora y realizar otras actividades relacionadas con la comunicación y acceso a la información (Linares y Quintero, 2012). Sin embargo, lo común en las aulas, son los problemas de atención, disciplina y participación que provoca mantener el celular conectado, ya que se interrumpe la clase cuando timbra o se está realizando alguna función de las que está provisto. Otros efectos, además de éste y la dependencia que genera, es el aumento de accidentes por atender llamadas telefónicas al conducir un automóvil, la pérdida de tiempo y descuido de las relaciones familiares (Sánchez, s/f).

Actualmente es muy difícil captar la atención de los adolescentes para los docentes y más con la introducción de toda la tecnología, para ello, se han tenido que tomar algunas medidas antes de comenzar las clases en los reglamentos para poder tener un mejor control ante el aula.

Para la pedagoga Adriana Puiggrós, directora de Cultura y Educación de la provincia de Buenos Aires entre 2005 y 2007, el uso de los celulares debe estar regulado en los ámbitos educativos. Durante su gestión se aprobó una resolución para prohibir que estén encendidos en las aulas durante las horas de clase, argumentando que la presencia de los teléfonos “descentra y desconcentra el proceso de enseñanza-aprendizaje”.

Pero si los usuarios están en estos espacios deberemos pensar cuáles principios de aprendizaje son necesarios y cuales podrían llevarse a cabo para que se tenga un mejor desempeño. Según Cristobal Cobo y Moravec en su “Aprendizaje invisible” (Cobos Romaní y Moravec, 2011) hay cuatro conceptos que podemos ampliarlos a la enseñanza a través de dispositivos móviles:

1) Aprendizaje permanente (lifelong learning): este aprendizaje promueve el desarrollo del potencial humano a través de un proceso continuo que estimula a los individuos a adquirir de manera constante los conocimientos, valores y habilidades que requieren a lo largo de su vida, aprovechando con creatividad todas las circunstancias y posibles entornos para aprender nuevos saberes.

2) Educación expandida: es un concepto que engloba las nuevas formas de educación, que incorporan los procesos sociales y comunicacionales que ha provocado Internet y se adaptan a ellos. La educación puede suceder en cualquier momento, en cualquier lugar. Dentro y fuera de los muros de la institución académica.

3) Edupunk: es un neologismo³⁰, usado en inglés para referirse a una ideología concerniente a las prácticas de enseñanza y aprendizaje que resultan de una actitud tipo “hazlo tú mismo” (HTM o DIY, por sus siglas en inglés). Muchas aplicaciones instructivas pueden ser descritas como educación HTM Edupunk. El término alude a la

enseñanza y al aprendizaje inventivos. Edupunk ha surgido como una objeción a los esfuerzos gubernamentales y a los intereses corporativos por empaquetar tecnologías emergentes en productos tipo molde, con comportamientos predefinidos.

4) Aprendizaje ubicuo: representa un nuevo paradigma educativo que, en buena medida, es posible gracias a los nuevos medios digitales. El desarrollo tecnológico posibilita que prácticamente cualquier persona pueda producir y diseminar información, de modo que el aprendizaje pueda tener lugar en cualquier momento y espacio. Esta noción de “en cualquier momento/en cualquier lugar”

³⁰ **Neologismo:** Vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua.

aparece a menudo descrita como “ubicua” en la literatura sobre TIC. Esto permite cerrar brechas temporales y espaciales, hacer confluir lo físico y lo virtual o bien sacar el uso de los ordenadores de las oficinas y despachos para que exista en los espacios sociales y públicos a través de dispositivos portátiles.

La incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación en México ha recorrido ya un camino de más de 30 años. A lo largo de este tiempo, han madurado iniciativas y modalidades educativas que en mayor o menor grado estaban basadas en alguna tecnología de comunicación e informática que permitía ampliar la cobertura escolar de los modelos educativos existentes o bien implementar un modelo educativo diferente. Entre estas iniciativas se pueden mencionar:

a) Telesecundaria. Surgió en 1968; actualmente es un sistema consolidado que representa en muchas comunidades rurales la única opción post primaria para los jóvenes en edad escolar. Su modelo educativo y operativo ha sufrido al menos tres cambios en el tiempo. Diversas investigaciones han demostrado una eficiencia semejante a las secundarias generales (Buenfild, 2000).

b) Acondicionamiento de salas de cómputo en las escuelas. La incorporación de equipos de cómputo se fue dando desde la década de los años noventa hasta la fecha, como una política seguida por muchos gobiernos estatales con apoyo de algunas ONG y fundaciones privadas. Esta política se materializó cuando se destinó un aula de la escuela como laboratorio de computación con una dotación inicial de 5 a 20 equipos de cómputo. Las salas se usaban para aprender computación, por lo que tanto los alumnos como los profesores tuvieron la oportunidad de alfabetizarse tecnológicamente en ellas. Poco a poco las salas fueron conectadas a internet y renovadas o bien los equipos se fueron haciendo obsoletos.

c) Red Edusat. Fue inaugurada en 1995 como el Sistema Nacional de Televisión Educativa. Actualmente es la red de televisión educativa más grande en el mundo ya que tiene un alcance continental. Nació en una plataforma analógica y después emigró a la plataforma digital, a través del satélite Satmex 5. Cuenta con doce señales de TV con doce horas diarias de programación cada una y con tres

canales de radio. Con este sistema se transmiten programas educativos que llegan a las comunidades aisladas en aquellas escuelas que cuenten con las antenas receptoras necesarias para bajar la señal satelital (ILCE, 2010a).

d) Red Escolar. Sitio o portal en internet que condensa proyectos colaborativos, ofrece talleres y seminarios para niños, jóvenes, maestros y padres de familia. El material que contiene está orientado a la educación básica, especialmente busca reforzar la aplicación de los enfoques pedagógicos de las diversas materias escolares y valora la consulta, la expresión de testimonios, el diálogo y debate (ILCE, 2010b).

e) Enciclomedia. En México desde hace 50 años se han impreso libros de texto que son repartidos en forma gratuita entre todas las escuelas primarias públicas para garantizar que todos los niños cuenten con los libros indispensables. En el ciclo escolar 2009-2010, se entregaron alrededor de 190 millones de libros en todo el territorio nacional, para más de 25 millones de alumnos (CONALITEG, 2010). Enciclomedia constituye la edición digital de los Libros de Texto Gratuitos de todos los grados de la educación primaria. La versión digital de los libros fue enriquecida a través de hipervínculos con diversos recursos didácticos como imágenes fijas y en movimiento, interactivos, audio, videos, mapas, visitas virtuales, y otros recursos de la enciclopedia Microsoft Encarta®. Miles de escuelas primarias fueron dotadas con el equipo necesario para su uso. Éste se compone de una computadora de escritorio, un pizarrón electrónico para ser utilizado como pantalla sensible al tacto, bocinas y proyector de imágenes. En la computadora se instalaba la versión digital de los libros, la cual utiliza toda la memoria disponible del equipo de cómputo. De esta forma se prescinde de la conexión a Internet, ya que el equipo en el salón de clases contiene todo el software necesario (Enciclomedia, 2009).

f) Desde hace dos años que se realiza la reforma de la educación media superior y la de la educación básica, en las que se hacen esfuerzos para la elaboración de un “**currículo digital**”. Esto es, la elaboración y catalogación de objetos de aprendizaje de mayor o menor interactividad que sean colocados en repositorios y que los profesores con equipos de cómputo con acceso a internet puedan acceder

a ellos y utilizarlos como materiales didácticos que apoyen su trabajo en el aula (SEP, 2010).

2.2.3 Nomofobia y Familia

La comunicación familiar es el primer pilar que se forma desde que nacemos, es donde se desarrolla a la persona y donde se forman aquellos cimientos para un mejor desarrollo y entendimiento del mundo. Por eso, es muy importante que desde muy temprana edad, esta retroalimentación sea siga transmitiendo padres e hijos y más con la existencia de las tecnologías ya que esto se ha convertido en un distractor para poder acercarnos en ambas direcciones a contar nuestro día a día.

Actualmente la mayoría de los padres pertenecen a la que se ha dado en denominar la generación del “baby boom”, muchos han crecido fundamentalmente con la televisión y con los llamados “mass media” (Tapscott, 1998). La característica de todos ellos es que su discurso es de tipo informativo, vertical, de una vía. Dado que las diferentes tecnologías transmiten unos determinados valores (Aparici, 2003), esta generación ha asumido unos principios conectados con la verticalidad y la organización jerarquizada del discurso televisivo (Bernal y Barbas, 2010). Dentro del esquema clásico de la comunicación asumen el rol de receptor. Se han acostumbrado a ser pasivos. Este entrenamiento televisivo les ha dado muchas tablas para actuar en situaciones en las que el discurso es de tipo vertical-institucional: dentro de la familia, en la escuela, en el trabajo y frente a instituciones públicas y privadas.

La generación adulta puede transmitirnos aquello que aprende con las experiencias que vive día con día y que mejor que se las transmita a la siguiente generación, no por medio de mensajes multimedia, sino por medio de la convivencia misma.

Por su parte los hijos pertenecen a la generación de las nuevas tecnologías, a lo que algunos estudiosos vienen en llamar “generación Net” (Tapscott, 1998). Aunque siguen ante el televisor (que empieza a abrir su modelo a la participación), su foco de atención es el ordenador y el teléfono móvil. En el entorno de Internet

se encuentran como pez en el agua en las redes sociales como Facebook o Tuenti. Allí el discurso comunicativo es horizontal, de vía múltiple, activo e inmediato. El nuevo modelo comunicativo también genera un nuevo modelo de aprendizaje (Gutiérrez, 2003). No están acostumbrados en la misma medida en que sus padres lo estaban a inhibir una respuesta y por ello no responden muy bien ante las situaciones en las que implícitamente se requiere de ellos que no opinen abiertamente pero se comporten. Tienen dificultad para adaptar su conducta en las estructuras comunicativas de tipo informativo.

Debemos construir desde la comunicación, desde el diálogo, una buena práctica y así procurar las condiciones más favorables para que se produzca la transmisión efectiva de valores (López Lorca, 2005).

Algunos autores como Fernández Millán y Casal (2002) han elaborado resúmenes de principios básicos que deben tenerse en cuenta en un buen proceso de comunicación dialógica:

- Distribución de tareas, responsabilidades y normas que previamente han sido comunicadas, analizadas y comprendidas en la medida de su importancia y de las posibilidades y aptitudes de los individuos implicados.

- Petición y valoración de opiniones de forma que podamos realizar una toma conjunta de decisiones utilizando el diálogo.

- Desarrollo de las habilidades asertivas. Esto es la habilidad para decir cómo se es, aquello que se considera un derecho propio, la manera de pensar sin molestar a los demás. Es la forma acertada de pedir lo que necesitamos. Esta habilidad también incluye el dominio de la expresión en positivo de nuestras impresiones sobre las acciones o pensamientos de otra persona y, además, abarca la coherencia del discurso.

- Cuidar algo más que las palabras. Atender al gesto, a la postura, a todos esos elementos del lenguaje no verbal que, algunas veces, lo contradicen y generan situaciones de ambigüedad en la comprensión del mensaje. En esta misma línea se entiende el uso adecuado de los espacios y los tiempos de comunicación. Hay que saber elegir los momentos y las situaciones. El tiempo y el espacio son

elementos que pueden ayudar o entorpecer la comunicación dependiendo de la pericia que demos en su utilización.

- Atender a la coherencia entre “teoría y práctica”. El ejemplo no debe contradecir el mensaje del discurso. Debemos actuar con la lógica que se desprende de lo que decimos, de lo contrario, lo único que estamos transmitiendo es que nuestras palabras no tienen valor.

- Empatizar, ponerse en el lugar del otro, intentar comprender realmente lo que el otro pretende explicar. Intentar compartir emociones. Colocarse en el lugar del otro implica escuchar con atención, no en función de lo que se quiere contestar. Se trata de hacer realmente eficaz el diálogo. Esta escucha activa también facilita nuestra capacidad de atención para prestar ayuda y apoyo emocional.

- El diálogo permite a la persona expresarse con autenticidad por ello se incluyen aquellos aspectos que tienen que ver con el reconocimiento de los errores. Esto significa que hemos de pedir disculpas o reconocer ese error de forma adecuada. Esta misma autenticidad también lleva a elogiar expresamente el esfuerzo del otro. Y, por encima de todo, significa expresar y compartir sentimientos.

“La familia debe ser entendida como una comunidad, como un grupo donde las relaciones entre miembros tienen un profundo carácter afectivo y son las que marcan la diferencia respecto de otro tipo de grupos. Bajo esta perspectiva, las reacciones emocionales en el contexto familiar son una fuente constante de retroalimentación de las conductas esperadas entre los miembros de la unidad familiar”.(Martínez 2003).

2.3 Relaciones Interpersonales

A medida que el tiempo avanza las generaciones se ven más influenciadas por las nuevas tecnologías y las relaciones que se van construyendo con el tiempo (círculos sociales), también cambian por cuestiones de acoplamiento o simplemente tiempo.

Según Caldevilla Domínguez (2010) de la interactividad propia del medio, nace la actual ventaja o desventaja de poder generar cambios de conducta, crear nuevos movimientos de opinión, promover manifestaciones, crear grupos de apoyo a causas concretas o conseguir crear una moda que genere el consumo de un determinado producto.

“Los nuevos medios de comunicación, hacen referencia a todas aquellas estructuras de comunicación que se dan en Internet y que caracterizan al nuevo espacio de comunicación, diferenciándose de los procesos de comunicación de masas, por su multimedialidad (el mensaje es susceptible de ser construido y transmitido mediante texto, imagen o sonido); actualización (el mensaje puede alcanzar la instantaneidad flexibilizando parámetros temporales); interactividad (manera inédita en la que los usuarios pueden comunicarse con el medio y/o con otros usuarios (Alonso, 2005). La interactividad se define como la capacidad que tiene el usuario de “preguntar” al sistema, y sentar las bases para recuperar la información de la forma deseada. El emisor, no envía un mensaje unidireccional, sin capacidad de respuesta, y el receptor puede tomar decisiones, configurar su propio mensaje, así como dialogar, de una forma u otra con el emisor: interactividad sujeto/objeto (Armañanzas, Diaz, Meso, 1996). La interactividad sujeto/sujeto implica formas relacionales entre individuos a través de modos de comunicación interactivos: correo electrónico, chat, foros, grupos de noticias, grupos de discusión, etc. (Alonso, 2005).”

La comunicación digital ha provocado cambios formales en los géneros comunicativos y materiales en las relaciones interpersonales (Laborda Gil, 2005).

La personalización en los diferentes rubros de las redes sociales, para muchas personas tiende a ser muy importante ya que es ahí donde algunas personas pasan el tiempo y prefieren armar su prototipo de perfil, aunque sea muy diferente al realismo.

Desde la psicología de la personalidad, uno de los primeros teóricos en dedicarse al estudio de la conducta interpersonal fue Leary (1957), definiéndola como toda

conducta que está relacionada abierta, consciente, ética o simbólicamente con otro ser humano real, colectivo o imaginado.

Muchas veces los problemas que se dan en la vida diaria se vuelven más grandes por este tipo de tecnología o simplemente las relaciones de pareja, amigos o de trabajo se pueden ver afectadas por alguna mal comportamiento visto en tu perfil.

En Psicología clínica y psiquiatría, la tradición teórica interpersonal se inició con la teoría propuesta por Sullivan (1953), concediendo mayor importancia a los aspectos sociales; definiendo las relaciones interpersonales como un patrón relativamente persistente de situaciones interpersonales recurrentes que caracterizan la vida humana.

García del Castillo, Terol, Nieto, Lledó, Sánchez, Martín-Aragón, Sitges (2008) a partir de su estudio con jóvenes universitarios, asocian el uso y abuso de Internet, con un perfil caracterizado por tendencia a la introversión, pensamientos negativos sobre la capacidad para interactuar con otros, bajos niveles de neuroticismo que le permiten acercarse al uso de Internet sin recelo o temor por lo desconocido o incierto. Las dificultades para relacionarse con otros, propiciaría buscar relaciones reforzantes por otros medios con los que logra evitar la presencia física o exposición directa en situaciones sociales, pudiendo mantener el anonimato o elaborar una personalidad ficticia, o también, abandonar la relación virtual sin consecuencias negativas directamente perceptibles.

Como señala Caplan (2002) el adolescente utiliza Internet para recibir de los otros usuarios respuestas más positivas que las que recibe de su entorno habitual, teniendo una preferencia por la comunicación en línea en detrimento de la interpersonal cara a cara.

Según Parra Castrillón (2010) las redes sociales también se encuentran dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios, quienes no van a las redes para sus indagaciones académicas sino para fines personales y en búsqueda de satisfacer algunas de sus necesidades: pertenencia, diversión o curiosidad.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

“La meta principal de la educación es crear hombres que sean capaces de hacer cosas nuevas no simplemente de repetir lo que otras generaciones han hecho; hombres que sean creativos, inventores y descubridores. La segunda meta de la educación es la de formar mentes que sean críticas, que puedan verificar y no aceptar todo lo que se les ofrece”.

(Jean Piaget).

El objetivo preliminar de la investigación es comprender la práctica real de la elaboración del Marketing de Guerrilla dentro de la Universidad Vasco de Quiroga para la aplicación de la campaña “**ES POR TIC**” en uno de los espacios abiertos que dicha Institución tiene para la realización de diferentes eventos culturales . Su propósito, es triple: por una parte llevar a cabo una profunda revisión del tema que se está tratando, los conceptos básicos, causas y consecuencias del Síndrome de la Cabecita Baja, como segundo paso la elaboración de una campaña en la cual los jóvenes se vean involucrados y se genere dicha expectativa logrando una actitud pensativa y por otra, recopilar y analizar los datos empíricos con respecto a la Encuesta (Ex-Post) que se les hará de la campaña.

Según Angela María Segura Cardona, los diseños cuasiexperimentales son una derivación de los estudios experimentales, en los cuales la asignación de los pacientes no es aleatoria aunque el factor de exposición es manipulado por el investigador.

“El método cuasiexperimental es particularmente útil para estudiar problemas en los cuales no se puede tener control absoluto de las situaciones, pero se pretende tener el mayor control posible, aún cuando se estén usando grupos ya formados. Es decir, el cuasiexperimento se utiliza cuando no es posible realizar la selección aleatoria de los sujetos participantes en dichos estudios. Por ello, una característica de los cuasiexperimentos es el incluir "grupos intactos", es decir, grupos ya constituidos.”

Existen diferentes subtipos a este tipo de método, sin embargo para dicha investigación se realizó lo siguiente:

- **Estudios antes/después:** Este estudio establece una medición previa a la intervención y otra posterior. Además, puede incluir un grupo de comparación que no reciba la intervención y que se evalúa también antes y después con el fin de medir otras variables externas que cambien el efecto esperado por razones distintas a la intervención.

¿Qué ventajas y usos tiene este diseño?

- Son factibles dado que se pueden realizar en pequeñas unidades, por lo cual son más baratos y tienen menos obstáculos prácticos.
- Permiten realizar investigaciones dentro de un marco de restricciones.
- Facilitan el desarrollo de estudios en ambientes naturales.
- A través de los cuasiexperimentos es posible inferir relaciones causales entre la variable independiente y la variable dependiente, pero su probabilidad de ser verdadera es relativamente baja en comparación con los diseños experimentales verdaderos.

La técnica Encuesta, es sin duda la técnica cuantitativa de recopilación más “popular” y “conocida”. Entre otras razones, porque es la técnica preferida de los políticos y los mercadólogos, pero sobre todo, porque es la técnica preferida por la mayoría de los Medios Masivos de Comunicación en cuanto a estudios de opinión pública se refiere.

“Una técnica que permite obtener información empírica sobre determinadas variables que quieren investigarse para hacer un análisis descriptivo de los problemas o fenómenos....Los instrumentos de la encuesta son el cuestionario y la cédula de entrevista. Encuentra significa, por tanto, aplicar alguno de estos instrumentos a una muestra de la población. En ellos se presentan datos generales de la misma: sexo, edad, ocupación escolaridad, nivel de ingresos, entre otros; y las preguntas que exploran el tema que se indaga, las cuales pueden ser abiertas y/o cerradas, dependiendo del objeto de estudio y de los propósitos de la investigación”. (Soriano.R ,1989:39-40)

Los diferentes tipos de encuesta presentan elementos comunes para su construcción, manejo y finalidades, como son el uso de la entrevista estructurada, el trabajo de campo basado en su realización sobre el terreno, el carácter empírico del manejo de la información y el uso o finalidad de conocer opiniones para orientar transformaciones. Uno de los factores más resultantes de la encuesta como instrumento, es la acción social entre el encuestador y el encuestado, es decir, entre los interlocutores de la entrevista según Seija (1999: 230-240).

En base a la obtención de resultados, se examina la pos- producción del mismo marketing los jóvenes universitarios tendrán la oportunidad de responder algunas preguntas que se les harán tras haber pasado la campaña identificando las prácticas habituales, las microexpresiones³¹, y aquella toma de decisiones que hicieron al tener de frente dicha propuesta en la aplicación del plan de marketing.

3.1 Tipo de Estudio

Dicha Investigación tiene un enfoque descriptivo dado que se describen en forma gráfica las características y fenómenos del estudio de mercado, se determina aquellas variables y con todos aquellos resultados y bases se pueden hacer deducciones para una mejor respuesta al problema.

3.1.1 Población

Alumnos y Docentes de la Universidad Vasco de Quiroga de la Ciudad de Morelia, Michoacán de clase media³² y media Alta³³ (C y C+) que se encuentren en las Instalaciones.

3.1.2 Muestra

El método de muestreo es probabilístico aleatorio simple. Para esto se aplicará la fórmula a la población total. Este apartado se presenta en el punto de investigación de mercados.

³¹ **Microexpresiones:** Es una momentánea e involuntaria expresión facial mostrada en la cara de los humanos de acuerdo con las emociones percibidas.

³² **Clase media:** En este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio.

³³ **Clase media Alta:** En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

3.3 Nivel de Investigación

De acuerdo con el problema referido “Proyecto anti-Phubbing, propuesta de marketing de Guerrilla”, el proyecto factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo en donde se pueda interactuar con los y las jóvenes para hacerles ver que dicho síndrome está afectado en varios factores. Siendo el principal: “la comunicación”.

3.4 Fuentes y Técnicas para la recolección de información

Fuentes primarias: Propuesta “Es por Tic” Marketing de Guerrilla, la cual será aplicada de forma aleatoria a los jóvenes y docentes de la universidad Vasco de Quiroga (UVAQ).

Fuentes secundarias: Postproducción del Marketing de Guerrilla, con la finalidad de armar un anti-phubbing para proponer un mejor funcionamiento dentro del mismo.

También se consultará en otras fuentes de Internet y datos bibliográficos relacionados con el tema.

3.5 Investigación de Mercados

El procedimiento de muestreo más elemental utilizado en la investigación aleatoria simple, se referencia porque como procedimiento de selección es intuitivo y en este caso se logra seleccionando alumnos de la misma Facultad de Comunicación.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Los cambios con el paso del tiempo cada vez son más increíbles, salir de la zona de confort no es nada fácil para ninguna persona y menos si es desequilibrar todo tu status o si esto significa tener que sacrificar alguna cosa por otra sabiendo que los resultados pueden ser o no los que tu esperas. “Es por Tic” comenzó como una simple campaña anti-phubbing vinculando el uso del marketing de guerrilla a los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Vasco de Quiroga. Los resultados fueron muy satisfactorios ya que los alumnos de las generaciones presentes (2015-2019, 2014-2018, 2013-2017, 2012-2016) hicieron que dicha campaña resultara más que exitosa.

El trabajar con marketing de guerrilla es poder acercarnos más a las personas y conocer más de lo que ellos piensan, tratar con sus emociones y así que estas las demuestren por medio de sentimientos de alegría, ira, frustración, miedo o rechazo.

Como primer instancia se colocaron vinilos por los pasillos del “Edificio B” en la UVAQ para que los alumnos comenzaran a familiarizarse más con el tema del “Phubbing o “síndrome de cabecita baja” (significado, porque se daba, síntomas, precauciones, etc). Al cabo de una semana se colocaron los cajones “Anti-phubbing” en dos salones principales, donde más alumnos de la facultad toma clases para aumentar nuestro estudio de mercado.

Después de la elaboración de la campaña “Es por Tic” se realizó un Ex-Post para saber el impacto que se tuvo de la misma, con lo que los cambios en algunos estudiantes fueron muy impresionantes. De tener una mala impresión de la campaña al no querer salir de su zona de confort ahora se tiene pensado en llevarlas a otras facultades para tener un mejor desempeño y no solo eso, una mejor convivencia y adaptación entre compañeros.

Nuestro principal canal son los celulares, ¿Por qué no mencionar por este medio la colocación de los mismos? El día 18 de mayo del 2016 se hizo la publicación por medio de la red social Facebook y siendo el Director Paco Pérez el contacto mediador, con lo que se hizo un BOOM de la misma. Se logró el marketing de Guerrilla.



Paco Pérez

18 de mayo a las 14:20

El salón 13 ya tiene el mueble para que los alumnos guarden su celular en clases, en breve lo mismo con los demás salones. En los laboratorios cada profesor puede designar el espacio donde haya que colocarlos y no se distraigan en esa avidez de aprendizaje.



👍 Me gusta

💬 Comentar

👍👓 Erre Ele Siete, Alex Guerra Villa y Mariana Balderas

✓ Visto por 37



Alfredo Quintana A mi punto de vista el dinero invertido y por invertir en los estantes para celulares se podría utilizar para comprar cosas más importantes que faltan dentro de la Universidad. Recuerdo que cuando entré a esta universidad las autoridades nos dijeron: "En esta institución no se les obliga a hacer nada, ya son universitarios. Ustedes sabrán si entran a clases o no", eso por una parte para comentar que dicen que somos universitarios y no nos tratan como tal, por la otra así como dice mi profesor de periodismo: "Hay alumnos que solo vienen a pasar materias". Pero los que en realidad no venimos a pasar materias son los que de alguna u otra manera vamos bien. Si van a invertir en estantes para el celular también pongan uno en la Dirección de FACICOM, para, así como dice mi compañero Palomares, que los profesores dejen su celular también. Aclarando solamente algo muy importante NO es reclamo ni nada relacionado, solamente, como lo dije al principio, es mi punto de vista. Saludos y gracias por su atención.

Me gusta · Responder · 9 · 18 de mayo a las 15:58



Alexia Juarez Perez El que se distraiga lo hará sin un celular en la mano, simplemente va a ignorar lo que diga el profesor y se pondrá a pensar en las cosas que tiene que hacer o qué le importen, así de simple.

Me gusta · Responder · 5 · 18 de mayo a las 16:30



Julio Villegas En mi opinión creo que debería haber una en dirección como lo dijo Alfredo y que los profesores pongan sus teléfonos desde que llegan hasta que se van o que terminan clases, siendo así yo no tendría ningún inconveniente en poner mi celular en este mueble...

Me gusta · Responder · 4 · 18 de mayo a las 18:16



Tony Silva Jajaja! Si la reacción de los alumnos es parte de la "investigación" esto es oro molido. Cuantos mecanismos de defensa utilizan para combatir la ansiedad que les causa la pérdida del contacto socio-virtual. ¿Mi postura? Neutral.

Me gusta · Responder · 5 · 18 de mayo a las 19:16

Uno de los comentarios muy bien planteados "No nos damos a la tarea de preguntar para que fue colocado, de quien fue la idea, de que servirá, o preguntar explicaciones, sino todo lo contrario, lo primero que se hace es comentar sin tener los argumentos necesarios en este caso todos los alumnos pensaban que la UVAQ había colocado los cajones de su presupuesto. Otro factor importante es que algunos maestros no sabían de la propuesta con lo que interactuaron también.



Julio César Perez ¿es solo para los alumnos Paco?

Me gusta · Responder · 18 de mayo a las 14:38



Paco Pérez Así es, para que no se distraigan

Me gusta · Responder · 18 de mayo a las 15:02



Julio César Perez Paco Pérez Gracias

Me gusta · Responder · 👍 1 · 18 de mayo a las 15:07



Escribe una respuesta...



Carlos Palomares Yo opino que si tenemos que ponerlos ahí, mínimo los maestros también ya que se salen en clases a contestar.

Me gusta · Responder · 👍 10 · 18 de mayo a las 15:17



Luis Fernando Flores Galván Yo pongo el mío con los suyos desde el primer día...

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 10:41 · Editado



Hugo Medina Bojórquez Yo puedo orgullosamente presumir de que jamás en mi vida he usado el celular cuando estoy en clase.

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 11:45



Escribe una respuesta...



Tony Silva Jajaja! Si la reacción de los alumnos es parte de la "investigación" esto es oro molido. Cuantos mecanismos de defensa utilizan para combatir la ansiedad que les causa la perdida del contacto socio-virtual. ¿Mi postura? Neutral.

Me gusta · Responder · 👍 5 · 18 de mayo a las 19:16



Paco Pérez Gracias por sus respuestas, ya le dieron mucho material a quien realiza este ejercicio para su tesis 😊

Me gusta · Responder · 👍 4 · 19 de mayo a las 8:35



Hugo Medina Bojórquez Yo nada más doy testimonio de que nunca en la vida he usado mi celular cuando imparto clases.

Me gusta · Responder · 👍 2 · 19 de mayo a las 11:47



Hugo Medina Bojórquez Por lo que comentan de los profesores que lo usan, me parece lamentable porque el ejemplo somos nosotros y debemos ser congruentes.

Me gusta · Responder · 👍 5 · 19 de mayo a las 11:48



Alfredo Quintana 🍌🍌🍌🍌.

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 14:03



Escribe un comentario...





Jessica Guido Siendo objetiva, por lo justo, valores y humanismo que se nos inculcan en la institución, concuerdo con el comentario de mi compañera y estaba a punto de comentarlo.

Se me hace muy injusto y poco productivo que lleguen a estas "soluciones", mientras que no somos niños chiquitos ni estamos en la primaria para no acatar una regla.

Tengo lo que va de este ciclo escolar llevando un plan estratégico y buscando opciones para facilitar las subidas a los edificios a los chicos con discapacidad y parece que no importa los obstáculos que se les presenten por que no se han puesto ni un día en sus zapatos.

Me indigna y me da muy mala impresión que gasten en muebles para celulares, viendo opciones tan económicas y sencillas (como lo que había aplicado **Ale Sosa Mendoza** de ponerlo en bolsas de plástico si querían tomar esa alternativa de guardar celulares).

Me gusta · Responder · 2 · 18 de mayo a las 15:03



Vanessa Torres Que la UVAQ no pagó, debemos de hacer nuestra tesis sobre discapacitados para poner nuestras propias rampas :’3 jiji

Me gusta · Responder · 1 · 18 de mayo a las 15:05



Jessica Guido Vane, estoy trabajando en ello, y YO DIJE EN DICIEMBRE QUE YO PONÍA MI DINERO COMPLETO PARA QUE PUSIERAN UNA RAMPA EN LA ESCALERA DE LA EXPLANADA HACIA EL EDIFICIO B , ¿QUE HICIERON? DARME LAS GRACIAS Y NO ME DEJARON.

Me gusta · Responder · 1 · 18 de mayo a las 15:08



Vanessa Torres Así es la vida compañera, aunque con respecto a estos experimentos de tesis, yo nunca pedir ser voluntaria, así que también les daré las gracias, supongo que tú también.

Me gusta · Responder · 2 · 18 de mayo a las 15:10



Escribe una respuesta...



Veriz Hernández Creo que pueden gastar en cosas más necesarias como adaptadores, cables que funcionen para nuestras exposiciones... Si quieren implementar esa "solución" lo pueden hacer sin gastar dinero, una caja reciclada es mejor

Me gusta · Responder · 1 · 18 de mayo a las 15:12



“El dinero” y el tema de no estar conectados constantemente es un factor importante en este marketing de guerrilla y en la facultad con lo que se pensaba que se había hecho un gasto innecesario.



Veriz Hernández Creo que pueden gastar en cosas más necesarias como adaptadores, cables que funcionen para nuestras exposiciones... Si quieren implementar esa "solución" lo pueden hacer sin gastar dinero, una caja reciclada es mejor

Me gusta · Responder · 1 · 18 de mayo a las 15:12



Fercho Contreras profe, no estaría mejor que nos dieran lockers. Hay mas espacio para poder dejar no solo los celulares

Me gusta · Responder · 3 · 18 de mayo a las 15:27

↪ 1 respuesta



Ale Sosa Mendoza A ver mis niños: la UVAQ no pagó nada, es el proyecto de tesis de un asesorado mío, es una campaña de marketing de guerrilla que ya veo que sí está funcionando.

De las rampas lo podemos hacer como una propuesta para el rector en el próximo semestre en mi materia de comunicación organizacional.

No se me esponjen: todo es por ustedes y para su bien!

Me gusta · Responder · 1 · 18 de mayo a las 15:41



Raymundo Pintor Morales Es el problema de ésta generación, se toman siempre muchas conclusiones muy precipitadas basándose en suposiciones y rumores, antes de preguntar o indagar en el asunto.

Me gusta · Responder · 2 · 18 de mayo a las 17:12 · Editado



Vanessa Torres Oye pero por khe no armamos una revoluziooon???

Me gusta · Responder · 1 · 18 de mayo a las 17:19

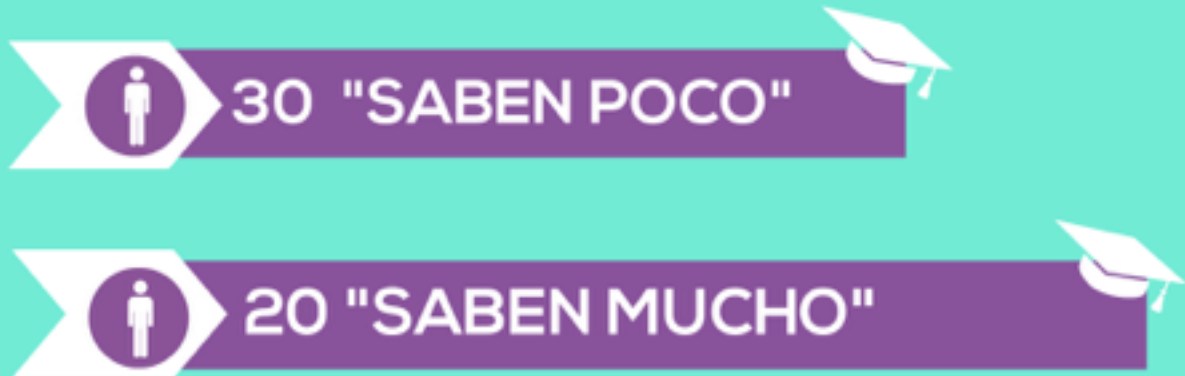


Escribe una respuesta...



Su propósito triple se logró gracias a ambas partes: por una parte llevar a cabo una profunda revisión del tema que se trató desde un principio (desde la mejor elección de tu segmento de mercado, hasta cual será tu marketing de guerrilla), los conceptos básicos, causas y consecuencias del Síndrome de la Cabecita Baja, como segundo paso la elaboración de una campaña en la cual los jóvenes se vean involucrados y se genere dicha expectativa logrando una actitud pensativa y por otra, recopilar y analizar los datos empíricos con respecto a la Encuesta (Ex-Post) que se les hizo de la campaña y aquí los datos cuantificados:

Hasta el momento, ¿qué tanto conces del síndrome de Phubbing?



El conocimiento acerca del tema del "Phubbing" en los alumnos de seleccionados es que 30 de ellos "Saben poco" mientras que los otros 20 "Saben Mucho" acerca de este síndrome.

Ordena según importancia: 1: menor preferencia 4) mayor preferencia

a) Hablar con tus amigos b) Revisar tu estado en red social

c) Comer tus amigos d) Chatear por celular



El 40% eligió como mayor preferencia **Opción "D"**

Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), la penetración de este en México alcanza el 59.8% de la población, lo que equivale a 65 millones de internautas. ¿Cómo afecta el uso de la tecnología en tu vida diaria?



80%
de los alumnos

mencionaron
que el uso de esta tecnología
afecta en su vida diaria
"MUCHO o "BASTANTE" la
comunicación.



El 80% de los alumnos seleccionó la opción "MUCHO O BASTANTE" para saber cómo afecta el uso de la tecnología en la vida diaria. La comunicación con dichos dispositivos es un círculo vicioso ya que es para estar más conectados con las personas que te rodean, pero si nos ponemos a pensar en realidad la pérdida de comunicación se ve afectada por distintos factores.

¿Consideras que es una ventaja para el estudio tener un celular?



CREATED USING
PowerToon

¿Cuánto tiempo le dedicas al celular?

90%

de los alumnos respondieron que pasan más de 4 horas en el teléfono celular al día.

- a) 1 hora diaria
- b) 2 horas diarias
- c) 3 horas
- d) más de 4 horas



CREATED USING
RowTool

El 90% de los alumnos respondieron que pasan más de 4 horas en su dispositivo ya sea para tomar alguna fotografía, revisar sus redes sociales, mensajear. Siendo el 57% las mujeres quienes tienden a revisar con más frecuencia su móvil contra el 43% de los caballeros.

¿Qué te parece la implementación del marketing de guerrilla "Es por Tic" (cajones Anti-phubbing para móviles en los salones, los vinilos en las entradas del Edificio B) ¿Por qué?



"Creo que muchos si ocupan que les quiten el celular o distractores para que pongan más atención en clase y dejen a los demás concentrarse..."



CREATED USING
RowTool

CONCLUSIONES RESPECTO A LA HIPÓTESIS Y ALGUNAS SUGERENCIAS:

- Los jóvenes de hoy en día son muy propensos a desarrollar dicha sintomatología presentada y esto debido a la excesiva mercadotecnia que en la actualidad se consume.
- Mientras que el tiempo avanza, las personas y los jóvenes quienes son más propensos a las necesidades que dicha mercadotecnia y publicidad, logrando un uso importante en cualquier sitio.
- Con la investigación se logró demostrar que los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Vasco de Quiroga, presentan altos índices de Phubbing y adicción de Redes Sociales, ya que más del 60% respondieron que una de sus actividades favoritas es revisar sus redes sociales.
- La **comunicación en el ámbito social** es algo que se está perdiendo poco a poco, ya que los alumnos pasan más de 4 horas en el smartphone. Otro punto esencial en dicha investigación es que los alumnos tengan más relación entre ellos, la tecnología te puede hacer la vida más sencilla, pero lo que importa es la interacción face to face.
- Se logró establecer una **campaña ANTI-PHUBBING**, que primero se inició como prueba piloto, sin embargo hoy en día ya son 4 CAJAS ANTI-PHUBBING implementadas dentro de los salones de clases para concientizar a los jóvenes de dicha adicción.
- El Marketing de Guerilla que se propuso para la investigación fue exitoso gracias a la interacción del Director Francisco Pérez en las redes sociales, logrando que los jóvenes por medio de redes sociales tuvieran intervención.
- El uso de las **cajas ANTI-PHUBBING** en los salones de clases ayudará a que los alumnos poco a poco tengan más control sobre sus aparatos tecnológicos y a su vez más participación dentro del aula. Como se mencionó es cuestión de costumbre.
- **Incentivar en vez de castigar:** algo que pude notar dentro de mis 4 años siendo Universitario fue la imposición que se le daba al propio alumno para realizar alguna actividad, mientras más se prohíbe algo es cuando más rompes las

reglas; (idea que se tendría que desarrollar) A esta idea le llame **“PHUBB POINTS”**:

- La idea es otorgar recompensas a través de puntos que se acumulen por no usar el teléfono en clases.
- Será de libre elección los alumnos que quieran participar en dicha dinámica al comenzar el ciclo y/o parcial.
- Equivalente hasta 1 o 1.5 por materia (dependiendo del profesor) * Equivalente por parcial
- La aplicación estará desarrollada de manera la cual cada alumno tendrá oportunidad de jugar, ganar y los profesores compartir conocimiento a través de la App.
- La aplicación comienza a la par de inicio con la clase.
- Realizar campañas (dentro del ámbito académico, social, etc..)que involucren a los alumnos interesados a desarrollar las mismas, para que las personas de su alrededor (alumnos) conozcan de lo demás de su interés de los cuales viven día a día.
- Creación de un sistema que permita a los alumnos repasar las lecciones académicas a través de los móviles. No solo subiendo lecturas (es tedioso, la mayoría de los alumnos lo las leerían); Un sistema que permita hacerlo dinámico, donde te hagan preguntas de memorización, de cultura, te muestren videos, sea dinámico.
- Otra opción sería el **M-Learning**; programas formativos que específicamente impartan algún tema.
- Una interfaz que les presente a los alumnos después de alguna tema (como repaso, cultura general) preguntas de selección múltiple que deben discutir y negociar nuevas posibles respuestas.
- **Una red virtual FACICOM**, donde los alumnos y profesores puedan interactuar de diferentes formas.

Y ENTONCES...

¿REDES SOCIALES O ANTÍSOCIALES...

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- **AGARWAL, S.** (2015): *“Super Kids”*. Random House.India
- **ALTHUSSER, L** (1978). *“Ideología y aparatos ideológicos del Estado”*. Siglo XXI. México
- **ARBELÁEZ, MP.** *“Estudios de intervención. En: Fundamentos de salud pública. Tomo III: Epidemiología básica y principios de investigación”*. Editado por: Jorge Humberto Blanco y José María Maya. 1° edición. Corporación para Investigaciones Biológicas – CIB. Medellín: 1999.
- **AREA, M** (1998) *“Una nueva educación para un nuevo siglo”* Netdidactic@. no 1.
- **ARGIMÓN, JM, Jiménez J.** *“Métodos de investigación aplicados a la atención primaria de salud”*. 1° ed. Ediciones Doyma. Barcelona: 1991.
- **BARTHES, R.** (1989). *Mitologías de la sociedad moderna*. Ed. Júcar. Madrid
- **BARTOLOMÉ, A.** (2001): *“Informar y comunicar en los procesos educativos del siglo XXI”* XII Congreso Nacional e Iberoamericano de Pedagogía. Madrid, Sociedad Española de Pedagogía.
- **BERNABÉU, N.** (1997) *“Educar en una sociedad de información”*. Comunicar.
- **BOSCHMA, J.** (2008): *“GENERACIÓN EINSTEIN”*. Generación 2000
- **COLOMBO, F.** (1996) *“La comunicazione sintetica”*, en G. Bettetini & F. Colombo (eds.) *Le nuove tecnologie della comunicazione*. Milan: Bompiani. 265–297.
- **CORTES, A.** (2013), *El Phubbing* (Ensayo Inédito), México DF, México. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/181256313/Ensayo-Phubbing>
- **Del Brutto López, Bibiana Apolonia.** (2000), *“Sociedad y Red: El impacto”*.
- **ECHEVERRÍA, J.**(2000): *“Educación y tecnologías telemáticas”*. Revista Iberoamericana de Educación. Argentina
- **García Canclini, Néstor** (2004) *“Diferentes, desiguales y desconectados”*.
- **GATES, B.** (1995): *“Camino al futuro”*. Madrid, Mc Graw Hill.

- **HUGHES, A.** (2015): *“MAN talk- The Manual”*: Born to the Different. Andrews UK Limited.
- **Lipovetsky, G.** (2007) *“Pantalla Global”*. Madrid.
- **Londoño JL.** *“Metodología de la investigación epidemiológica”*. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia, 1995.
- Mapas de la Interculturalidad. Buenos Aires, Gedisa.
- **MARINO, L.** *“Impacto de la tecnología en niñas y niños de América Latina ”*. (2015). New York
- **MATUTE, MARTHA** .2007. *“La revolución laboral de la generación Y”*.
- **Mejía, C (2010)**. Análisis de redes sociales a gran escala. Tesis inédita, Centro de investigación y estudios avanzados del Instituto Politécnico Nacional. México.
- **Ogg, J. y C. Bonvalet.** (2006). The Babyboomer generation and the birth cohort of 1945- 1954: a European perspective. Recuperado de www.youngfoundation.org.uk
- **PASSARELLI, B.** (2015): *“Hanbook of Research on Comparative Approaches to the Digital Age Revolution”*. IGI GLOBAL.
- **PELAYO, N.** (2001): “Lenguaje y comunicación”. El Nacional. Venezuela.
- **Pereira, J (2010)**. Amigos por la red. Revista Aula 2.0 Prensa Libre. Guatemala.
- **Quijada, B (2011)**. Redes sociales ¡elimínalo! Revista amiga teen. Guatemala
- **Scolari, C., Navarro Güere, H., Pardo Kuklinski, H., García Medina, I., & Soriano Clemente, J.** (2008) *“Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències”*. Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Week University of Vic, Barcelona.
- **Scolari, C., Navarro Güere, H., Pardo Kuklinski, H., García Medina, I., & Soriano Clemente, J.** (2009) *“The Barcelona mobile cluster: Actors, contents and trends”*, Chicago.

- **Steinbock, D.** (2003) *Wireless horizon. Strategy and competition in the worldwide mobile marketplace*. New York, Amacom.
- **STEPHEN, R.** 1999. *“Comportamiento Organizacional”*. 8va Edición. Editorial Prentice Hall. México.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

- **AGUILAR, P.** (2013), Phubbing, culpable de fracaso en reuniones; Periódico El Universal en su edición electrónica de Noviembre; México, Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/2013/phubbing-culpable-de-fracaso-en-reuniones-975392.html> Consultado el día 20 de En del 2016
- **BOTBOL, H.** (2013, Agosto). *“Generación Touch”*. Consultado el día 14/noviembre/2015 de <http://www.taringa.net/posts/noticias/17068755/Z2-Generacion-Touch-Hernan-Botbol-opina.html>
- **CACCURI, R.** (2012, Mayo). *“¿Cómo hacen los chicos para entender todo esto?”*. Consultado el día 16/noviembre/2013 de <http://www.lanacion.com>
- **Dans, E (2005)**. Redes sociales y adicciones consultado el día 9 de Agosto del 2016 de: www.enriquedans.com/2009/08/sobre-redes-sociales-y-adicciones.html.
- **Generación.** (2012, Diciembre). *“Generación de Gigantes”*. Consultado el día 16/noviembre/2015 de <http://www.generaciondegigantes.com/generacioacuten-z.html>
- **Gilburg, D.** (2007). How understanding the relevance of generational dynamics can invigorate your leadership potential. Consultado el día 17 de Enero del 2015, de: http://www.cio.com/article/103503/Leadership_and_Generation_X
- **González, N.** (2013, Abril). *“Los niños de la Generación Touch”*. Consultado el día 14/noviembre/2015 de <http://www.cromo.com.uy/2013/04/los-ninos-de-las-pantallas-tactiles/>
- http://anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf Consultado el día 17 de Enero del 2016.

- http://anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf Consultado el día 17 de Enero del 2016.
- <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/22/Sanchez-Mario.pdf> Consultado el día 22 de Noviembre del 2015
- <http://eprints.rclis.org/16460/1/gutierrez.pdf> Consultado el día 6 de Febrero del 2016
- <http://fca.uach.mx/apcam/2014/04/04/Ponencia%20129-UAN-Tepic.pdf> Consultado el día 6 de Febrero del 2016
- http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=333&id_articulo=7336 Consultada el día 6 de Febrero del 2016
- http://oa.upm.es/14078/1/PFC_MARTA_GONZALEZ_MATA.pdf Consultado el día 20 de Enero del 2016
- <http://pequelia.republica.com/ninos/que-es-el-vamping.html>
- <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/Celulares.pdf> Consultado el día 6 de Febrero del 2016
- <http://raleigh.quepasanoticias.com/noticias/opinion/a-corazon-abierto-dra-amparo/277602-llego-la-generacion-touch#sthash.jn78HMQB.dpuf> Consultada el día 18 de Agosto del 2015)
- <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/42/Obregon-Maria.pdf> Consultado el día 21 de Enero del 2016
- <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/42/Obregon-Maria.pdf> Consultado el día 21 de Enero del 2016
- <http://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/2644/1/1075247318.pdf>
- http://rmf.smf.mx/pdf/rmf/30/3/30_3_397.pdf Consultada el día 6 de Febrero del 2016
- <http://seryhumano.com/web/?p=9558> Consultado el día 15 de noviembre del 2015

- <http://www.cincodias.com/articulo/Sentidos/revolucion-laboral-generacion-20070521cascdicst//cds5sel>. Consultado el día 15 de noviembre del 2015
- <http://www.espectadornegocios.com/core.php?m=amp&nw=ODY4OTQ=> Consultado el día 15 de noviembre del 2015
- http://www.flacso.edu.mx/biblioiberoamericana/TEXT/MCS_XVII_promocion_2008-2010/Rios_P.pdf Consultado el día 22 de Noviembre del 2015
- http://www.manpowergroup.com.mx/uploads/estudios/Reescribiendo_reglas_Interaccion_generacional_trabajo.pdf Consultado el día 17 de Enero del 2016
- http://www.ruv.itesm.mx/convenio/catedra/recursos/material/ci_27.pdf Consultado el día 6 de Febrero del 2016
- <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/salud-mental/articulos/phubbing-tecnologia-relaciones-sociales.html> Consultado el día 15 de noviembre del 2015
- <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/salud-mental/articulos/phubbing-tecnologia-relaciones-sociales.html> Consultado el día 21 de Enero del 2016
- <http://www.terras.edu.ar/cursos/25/biblio/25EDUCAR-Celulares.pdf> Consultado el día 6 de Febrero del 2016
- <http://www.thedailyaztec.com/37707/daily-aztec-stories/investigaciones-estudian-uso-obsesivo-de-los-celulares/> Consultado el día 22 de Noviembre del 2015
- <https://books.google.com.mx/books?id=YXAAAgAAQBAJ&pg=PA41&dq=los+celulares+en+la+vida+cotidiana&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiB2vzSvbfKAhUInIMKHU8PBpAQ6AEIPTAI#v=onepage&q&f=false> Consultado el día 19 de Enero del 2016
- **Massonier, V.** Los niños Google. Consultado el día 16/noviembre/2015

- **Miguel, R.** (2013, Noviembre). Los niños de la Generación Touch. Consultado el día 14/noviembre/2015 de <http://m.lacapital.com.ar/mobile/bb/nota.html?id=L2NhbmFsZXMvdGVjbm8vY29udGVuaWRvcy8yMDExLzExLzE4L05vdGljaWFfMDAwMS5odG1s>
- **Mueller, J.** Características de la Generación Z. Consultado el día 16/noviembre/2015 de http://www.ehowenespanol.com/caracteristicas-generacion-z-info_174503/
- **Vivas, M (2003).** Musicoterapia y adicciones. Tesis inédita, Universidad Abierta Interamericana. Argentina Zamora, M (2006). Redes sociales consultado el día 9 de Agosto del 2016 en: www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/