

USO DEL TELÉFONO MÓVIL, JUVENTUD Y FAMILIA

USO DEL TELÉFONO MÓVIL, JUVENTUD Y FAMILIA

Coordinación

María del Rocío Cruz Díaz
Francisco J. Caro-González
Antonia Ramírez García

Autores

(por orden de aparición)

Belén Casas-Mas
M. Jesús Bernal Acuña
Rocío Cruz-Díaz
Sara Román-García
Óscar Mesa-Medina
Rafael Marfil-Carmona
Héctor López Hidalgo
Yarianys González Ocanto
Ana Teresa López Pastor
Miguel Vicente Mariño
Diana Rivera Rogel
Andrea Velasquez Benavides
Claudia Rodríguez-Hidalgo
Mónica Figueras-Maz
Joan Ferrés
Julio-Cesar Mateus Borea
María Cinta Aguaded Gómez
Isaac Melero Márquez
Cristina Martín Vélez
Agustín Moreno Fernández
Víctor Hugo Del Pozo Raymond
Guadalupe Vernimmen Aguirre
Ingrid Estrella Tutivén
Mercedes Carvajal Galván
Lorena García Campanario
Jennifer García Fernández

USO DEL TELÉFONO MÓVIL, JUVENTUD Y FAMILIA

Ediciones Egregius

www.egregius.es

Diseño de cubierta e interior: Francisco Anaya Benitez

© Los autores

1ª Edición. 2018

ISBN 978-84-17270-73-5

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Egregius Ediciones ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

Colección:
Comunicación y Pensamiento

Los fenómenos de la comunicación invaden todos los aspectos de la vida cotidiana, el acontecer contemporáneo es imposible de comprender sin la perspectiva de la comunicación, desde su más diversos ámbitos. En esta colección se reúnen trabajos académicos de distintas disciplinas y materias científicas que tienen como elemento común la comunicación y el pensamiento, pensar la comunicación, reflexionar para comprender el mundo actual y elaborar propuestas que repercutan en el desarrollo social y democrático de nuestras sociedades.

La colección reúne una gran cantidad de trabajos procedentes de muy distintas partes del planeta, un esfuerzo conjunto de profesores investigadores de universidades e instituciones de reconocido prestigio. Todo esto es posible gracias a la labor y al compromiso de los coordinadores de cada uno de los monográficos que conforman este acervo.

Editora científica

Rosalba Mancinas-Chávez

Editor técnico

Francisco Anaya Benítez

Consejo editorial

Ramón Reig (*Universidad de Sevilla*)

José Ignacio Aguaded Gómez (*Universidad de Huelva, España*)

Ma. del Mar Ramírez Alvarado (*Universidad de Sevilla, España*)

Augusto David Beltrán Poot (*Universidad Autónoma de Yucatán, México*)

Rafael Marfil Carmona (*Universidad de Granada*)

Amor Pérez Rodríguez (*Universidad de Huelva*)

Carmen Marta-Lazo (*Universidad de Zaragoza*)

Gloria Olivia Rodríguez Garay (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

M^a. Ángeles Martínez (*Universidad de Sevilla, España*)

Marta Pulido (*Universidad de Sevilla, España*)

Martha Elena Cuevas Gómez (*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México*)

Martha Patricia Álvarez Chávez (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

Edita:

●●●●
●●●●
●●●●
●●●●
●●●●
EGREGIUS
ediciones

ÍNDICE

- CAPÍTULO I.** Representaciones del uso de las TIC en los universitarios: entre el placer de la hiperconectividad y su rechazo 11
Belén Casas-Mas
- CAPÍTULO II.** Lla creación artística en adolescentes con altas capacidades y el uso integrado de los dispositivos móviles 35
*M. Jesús Bernal Acuña, Rocío Cruz-Díaz
y Sara Román-García*
- Capítulo III.** Diferencias de género en la relación socioafectiva virtual e implicaciones educacionales en la red Tinder 65
Óscar Mesa-Medina y Rafael Marfil-Carmona
- CAPÍTULO IV.** Circuitos de ocio juveniles mediados: un caso de prácticas lúdicas y ecología mediática en Córdoba capital (2008-2017) .. 91
Héctor López Hidalgo
- CAPÍTULO V.** El uso del teléfono móvil para la promoción del deporte por parte de la adolescencia segoviana..... 111
*Yarianys González Ocanto, Ana Teresa López Pastor
y Miguel Vicente Mariño*
- CAPÍTULO VI.** Socialización, ocio y entretenimiento, los principales usos del smartphone en nativos digitales de educador 129
*Diana Rivera Rogel, Andrea Velasquez Benavides
y Claudia Rodríguez-Hidalgo*
- CAPÍTULO VII.** Estrategias innovadoras con jóvenes y adultos en la educación superior para el fomento de la competencia mediática en medios digitales interactivos. Aproximación a la literatura científica 145
*Rocío Cruz-Díaz, Mónica Figueras-Maz,
Joan Ferrés y Julio-Cesar Mateus Borea*
- CAPÍTULO VIII.** Trastornos ocasionados por el uso y abuso de los dispositivos móviles en estudiantes españoles 163
*María Cinta Aguaded Gómez, Isaac Melero Márquez
y Cristina Martín Vélez*
- CAPÍTULO IX.** Del teléfono *inteligente* al usuario INconsciente 183
Agustín Moreno Fernández

CAPÍTULO X. Análisis del uso de dispositivos tecnológicos en la
juventud de la provincia del Guayas 199

*Víctor Hugo Del Pozo Raymond, Guadalupe Vernimmen Aguirre
y Ingrid Estrella Tutivén*

Capítulo XI. Estudio de la dependencia al teléfono móvil en
universitarios/as del Grado de Educación Social de la UHU 213

*María Cinta Aguaded, Mercedes Carvajal Galván
Lorena García Campanario y Jennifer García Fernández*

CAPÍTULO I

REPRESENTACIONES DEL USO DE LAS TIC EN LOS UNIVERSITARIOS: ENTRE EL PLACER DE LA HIPERCONECTIVIDAD Y SU RECHAZO

Dra. Belén Casas-Mas

Universidad Complutense de Madrid, España

Resumen

En este estudio se presentan resultados derivados de la investigación “Análisis de contenido del discurso científico referido a las repercusiones de las TIC en los escenarios juveniles”, desarrollada por el Grupo “Identidades Sociales y Comunicación” de la UCM.

La investigación analiza, entre otros aspectos, la manera en la que los estudiantes universitarios están abordando las dinámicas de virtualización de sus actividades presenciales. Mediante una encuesta representativa de 810 estudiantes de grado de la Universidad Complutense de Madrid, se han examinado las fuentes de información que utilizan los alumnos tanto *online* como *offline*; sus interlocutores cotidianos según los tópicos sobre los que conversan y las actividades que llevan a cabo presencialmente o a través de internet de forma exclusiva. El análisis de la autorepresentación que tienen los estudiantes sobre su uso de las TIC, conforma un eje transversal de la investigación que es el que se presenta en este artículo. Se ha realizado una categorización de los estudiantes en función del tipo de conectividad que indican tener. Y se examina el tiempo de conexión que afirman mantener habitualmente. Entre los principales resultados cabe destacar que más de la mitad indican su agrado por la conexión permanente a internet. En el lado opuesto se encuentra el 3 % que señalan conectarse lo menos posible. Además, en este estudio se han examinado diferencias relativas a otras variables como el género, la edad, la procedencia geográfica, la rama de estudios o con quién conviven.

Palabras claves

Universitarios, Auto-representación, Internet, usuarios instrumentales, usuarios libidinales.

1. Introducción

La revolución digital ha traído consigo una proliferación de estudios sobre las repercusiones de las TIC en las dinámicas sociales, especialmente desde finales de la década de los noventa y durante la primera del nuevo milenio. Expertos y académicos de muy diversas disciplinas han orientado sus estudios a analizar el impacto que podrían estar teniendo estas tecnologías comunicativas en las relaciones personales y entre grupos de diferentes nacionalidades, culturas, religiones, etc. En algunos estudios se ha empezado a señalar que, aproximadamente desde el 2005, los análisis científicos apuntan hacia el desvanecimiento del asombro previo que caracterizaba a la literatura académica en relación a las TIC y las sociedades (Casas-Mas, 2017).

A pesar del desencanto que se percibe en algunos textos sobre los usos sociales de las herramientas comunicativas, nos encontramos en pleno apogeo de la expansión de las TIC, con niveles de penetración de las tecnologías digitales en grandes sectores de la población a nivel mundial. El fuerte crecimiento de la banda ancha y la proliferación de dispositivos móviles, está favoreciendo el aumento del número de personas que acceden a estas herramientas y, en particular, en los países en vías de desarrollo (ITU, 2016).

A partir del 2010 se han publicado diferentes resultados que, si bien confirman cifras de una sociedad global inmersa en el uso de las TIC destinado a interactuar con otros y con el entorno (ITU, 2016), esta utilización podría establecerse en clave instrumental, especialmente en entornos educativos (Hernández, Avecedo Martínez & Cruz, 2014; García, Vargas & Zurita, 2018). Las interacciones virtuales estarían implicando procesos de adaptación social que no tiene por qué conllevar una gratificación o satisfacción en todos los individuos. En cualquier caso, el uso de Internet forma parte de nuestra cotidianeidad tanto en la vida laboral como en la privada. En este contexto comunicacional, algunas de las interacciones personales y grupales que solían realizarse cara a cara, están siendo sustituidas por las virtuales (Watt, 2002).

Los resultados que se presentan en este artículo, proceden de los datos de un estudio llevado a cabo en la Universidad Complutense de Madrid, entre

el alumnado de grado¹. Se ha realizado de forma específica un análisis de la auto-representación que tienen los estudiantes sobre su uso de las TIC. En primer lugar, se han examinado las características sociológicas y demográficas de los universitarios conectados. En segundo lugar, se ha elaborado una categorización de los estudiantes en función del tipo de conectividad que indican tener. Y, en tercer lugar, se ha analizado el tiempo de conexión que afirman mantener en su vida diaria.

2. La conectividad virtual en las relaciones de los jóvenes

Las aportaciones científicas y de expertos sobre estudios centrados en los jóvenes abarca diferentes grupos de edades. Alcoceba (2014, p. 37) señala que “los límites de la juventud se han venido paulatinamente diluyendo y alargando”. Por ejemplo, el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de la FAD², viene realizando estudios que focalizan su trabajo en la investigación de la población entre los 15 y los 29 años de edad. Sin embargo, esta franja la amplían desde los 12 y hasta los 30 ó 35 años en función de las temáticas específicas (Sanmartín, 2013). En términos generales, hoy en día los estudios que analizan comportamientos y percepciones de los jóvenes, clasifican al colectivo de los universitarios como personas que pertenecen a ese grupo.

En cuanto a la conectividad, Pierce (2009) comprobó entre un grupo de adolescentes que aumentaba su ansiedad a la hora de tenerse que relacionar cara a cara por encima de cuando lo hacían virtualmente. Por el contrario Watkins (2009) no encontró evidencias para afirmar que los jóvenes se sentían más cómodos interactuando a través de la pantalla que frente a la persona cara a cara.

En términos generales, los internautas suelen tener relaciones sociales más extensas que los que no lo son. Incluso se afirma que, tanto en las interacciones en redes locales, como en las que tienen lugar a distancia, Internet puede incrementar la sociabilidad de los usuarios (Castells, 2001). Distintas investigaciones sobre el uso de las TIC entre los jóvenes (Domínguez & Llorente, 2009; Prendes, Sánchez & Serrano, 2011) relacionan el desarrollo de

¹Los datos proceden de la investigación “Análisis de contenido del discurso científico referido a las repercusiones de las TIC en los escenarios juveniles.” Financiada por la Universidad Complutense de Madrid dentro de la convocatoria 2014/GR3/14. La información obtenida se ha utilizado para preparar y diseñar la investigación I+D+i “Los Usos del tiempo relacionados con la virtualización. Transformaciones Generacionales”, con referencia CSO2015-63983-P (MINECO/FEDER) y duración del 1 enero 2016 al 31 diciembre del 2019.

² FAD: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

las tecnologías digitales a nuevas formas de participación e interacción social como consecuencia de la mejora en la accesibilidad y gratuidad de las aplicaciones virtuales. Gracias a las aplicaciones telemáticas, no solo se puede evitar el aislamiento social de los individuos, sino que se pueden ampliar sus vínculos sociales previos (Tabernero, Aranda & Sánchez, 2010). Los actuales entornos tecnológicos presentan una nueva dimensión en la que se desarrolla la acción social, pero ello no implica necesariamente que alberguen vínculos más débiles (Villalón, 2017). Además, hay estudios que confirman la coincidencia habitual entre los amigos presenciales y los virtuales (Prendes, Sánchez & Serrano, 2011).

En España, más de la mitad de los internautas afirma haberse vuelto a relacionar con amigos y familiares gracias a Internet. Este medio “es utilizado para crear nuevas relaciones que han cruzado el ámbito digital y han generado nuevas relaciones personales” (Fundación Telefónica, 2016, p.115).

3. Perfil del colectivo de estudiantes conectados

Durante los últimos años se ha ido produciendo un paulatino incremento de estudiantes en España que interactúan virtualmente. A pesar del decremento de la inversión pública en educación, los datos indican que entre la población española de 25 a 34 años “hay un 41% de jóvenes con un nivel de grado, máster o equivalente. La proporción de titulados superiores en España es superior a la existente en países como Portugal, Grecia, Italia, Hungría y Alemania” (INJUVE, 2016, p. 85).

Dos de los elementos clave que influyen más en el acceso a Internet, son la edad y el nivel de estudios. Según el informe “La Sociedad de la Información en España 2016” (Fundación Telefónica, 2016), más de un 98 % de jóvenes entre dieciséis y veinticuatro años han accedido durante los tres últimos meses a Internet. En relación al nivel de estudios, hay una diferencia importante (57 puntos porcentuales) entre tener estudios superiores y haber finalizado solamente la educación primaria (INE, 2016). Se puede considerar que las personas concertadas diariamente son “usuarios intensivos” y dentro de este grupo más del 95 % son licenciados o poseen título de Grado Universitario o Máster. Concretamente, hay estudios como el de Centeno y Cubo (2013) que han evaluado la “competencia digital” entre los universitarios, y afirman que la totalidad de este colectivo en España dispone de recursos vinculados con las TIC.

Respecto a la percepción del uso de las TIC, Echenique, Molías y Bullen (2015) evidenciaron que la mayor parte de los estudiantes universitarios cursando el primer grado se sentía cómodos con ellas, concretamente con las que tiene fines o usos sociales. Estos autores afirman que los estudiantes ven en el medio tecnológico una herramienta de socialización con sus compañeros y una oportunidad para satisfacer sus necesidades de comunicarse

con los demás. No obstante, el ciberespacio no implica que se rompan los lazos con otros entornos presenciales.

Tanto si hablamos de procesos de “naturalización” (Bernete, 2010) como de “domesticación” (Yarto, 2010; Haddon, 2016), se puede afirmar que la condición de universitarios y jóvenes es suficiente para estar conectado a Internet de forma cotidiana. Factores que explican que continúe la investigación sobre la repercusión de las TIC en los entornos educativos (Franco, 2016) y, concretamente, que se siga explorando la generación de jóvenes que está llamada a incorporarse a la vida laboral de forma inmediata.

4. Metodología y marco teórico de la investigación

En este estudio se ofrecen unos resultados que se han obtenido a partir de una investigación titulada: “Análisis de contenido del discurso científico referido a las repercusiones de las TIC en los escenarios juveniles”. Este proyecto llevado a cabo por el Grupo de Investigación de la UCM “Identidades Sociales y Comunicación”, consistió primeramente en un Análisis de Contenido y, posteriormente, se aplicó una encuesta entre los alumnos de grado que pertenecen a la Universidad Complutense de Madrid. A partir de los resultados del análisis de contenido (ya difundidos en diversas publicaciones), se pudo orientar diversas temáticas de la encuesta que se levantó en 2015.

La muestra representativa se compone de un total de 810 estudiantes de grado de la UCM. Dicha muestra se obtuvo mediante muestreo bietápico y proporcional a las ramas de estudio que se imparten en dicha universidad, y de forma aleatoria dentro de cada una de las ramas. Se obtuvo información referida a la virtualización de las actividades culturales y cotidianas que se realizaban de forma presencial (Cadilla Baz, 2018), al uso de Internet para gestiones administrativas (Bernete, 2018), a la autopercepción del uso de Internet realizado por los estudiantes y a sus interlocutores en las interacciones comunicativas que llevan a cabo, en función de los diversos ámbitos de referencia (Velarde & Casas-Mas, 2018). Dentro de este último aspecto de la autopercepción, en este estudio se presentan los datos que han permitido establecer diferentes tipologías de usuarios tecnológicos.

Los fundamentos teóricos y metodológicos en los que se basa este estudio, son los proporcionados por la Teoría de la Mediación Social de Manuel Martín Serrano (1977)³. Uno de los planteamientos que se aplica es el que considera las actividades comunicativas como parte de un sistema caracterizado por las interacciones personales virtualizadas que sustituyen o se

³Para ampliar la información sobre dichos fundamentos teóricos y metodológicos, véase el número XXX de la Revista “Mediaciones Sociales (2007), Maldonado (2011) y Sierra (2011).

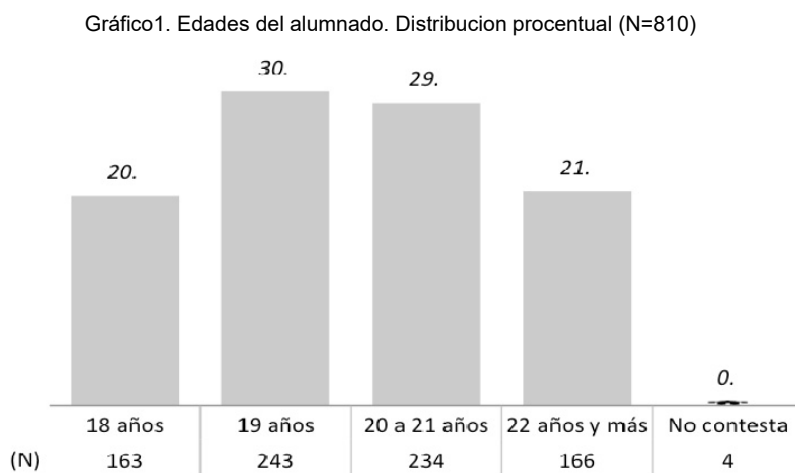
combinan con las comunicaciones presenciales. Además, estas interacciones virtuales están mediadas por las tecnologías que facilitan las relaciones en todo momento y desde cualquier lugar. En tercer lugar, se considera una transformación mediada la virtualización de las interacciones con consecuencias que difieren de los usos sociales de las TIC que se hagan en cada momento y lugar específico. Según afirma Sierra (2011: 184-186) el “alcance plantea radicales dilemas éticos, económicos y políticos”. Por ello se consideran estos planteamientos fundamentales para entender las nuevas formas de control, de producción y de reproducción social propias de era de la globalización.

5. Resultados del estudio y discusión

5.1. Caracterización del colectivo de universitarios conectados de la UCM

Edades del alumnado

Atendiendo a la edad de los participantes en el estudio, seis de cada diez se concentran entre los 19 y los 21 años inclusive. En el siguiente gráfico se puede observar la distribución por intervalos de edad.



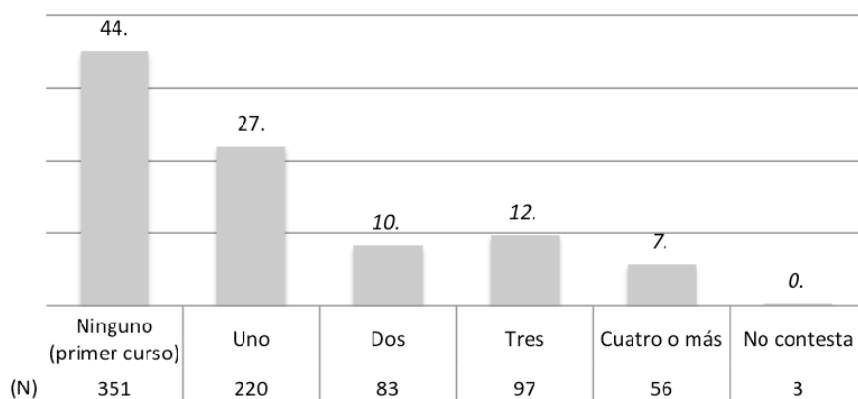
Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

Número de cursos académicos realizados

El dato de la edad de los universitarios se corresponde con la distribución de los años cursados de cada grado universitario. Más de cuatro de cada diez estudiantes se encontraban cursando el primer año de grado, casi tres

de cada diez habían completado un curso y solo dos de cada diez habían finalizado dos o tres cursos académicos.

Gráfico2. Distribución de la muestra según el número de cursos académicos realizados (N= 810)

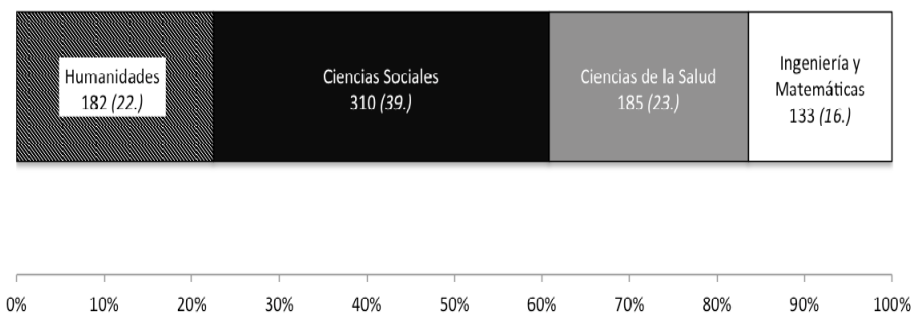


Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

Ramas de estudios

La distribución muestral se corresponde con la distribución ponderada del universo, en la que las ramas de estudios que más concentran a los estudiantes encuestados son las disciplinas relacionadas con las ciencias sociales y la cultura humana (61 %). Los estudios relacionados con las Ciencias de la Salud y con Ingenierías y Matemáticas aglutinan al 39 %.

Gráfico3. Distribución de la muestra según la rama de estudios (N=810)



Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

En ambos sexos es mayor la proporción de alumnado que estudia en carreras sociales y de humanidades. Esa diferencia es todavía más acusada entre las mujeres, siguiendo la línea de resultados encontrados en los estudios de Navarro y Casero (2015) o Valero-Matas et al. (2017). Entre las razones a las que apuntan los primeros autores, se encontrarían la vocación y la preferencia de las mujeres por estudiar disciplinas orientadas en la ayuda o atención a otras personas, y un interés económico entre los hombres que les lleva a elegir estudios técnicos (Navarro & Casero, 2015). Por su parte, Valero et al. (2017) señalan también que un factor decisivo a la hora de elegir estudios superiores podría ser el futuro posterior laboral. Según el informe de la OECD, “The ABC of gender equality in education: attitude, behaviour and confidence” (2015), aproximadamente un 70 % de los jóvenes que se gradúan en carreras de ciencias experimentales acaban trabajando en campos vinculados a sus titulaciones, frente al 42 % de las mujeres con los mismos estudios, quienes acaban desempeñando empleos no relacionados. Datos que se corresponden con los que señala el informe CRUE (2016): “Las mujeres son mayoritarias en los estudios de Educación Infantil, Enfermería, Psicología, Medicina, Turismo, Educación Primaria y Derecho. Los hombres continúan siendo muy mayoritarios en los estudios de informática y las ingenierías” (p.21).

Tabla 1. Distribución muestral de cada sexo entre las distintas ramas de estudio (ponderada)

| | Ingeniería y Matemáticas | Ciencias de la Salud | Ciencias Sociales | Humanidades | Totales (%) | Bases (N) |
|----------------|--------------------------|----------------------|-------------------|-------------|-------------|-----------|
| De los varones | 27. | 21. | 34. | 18. | 100. | 288 |
| De las mujeres | 11. | 22. | 41. | 25. | 100. | 519 |
| CONJUNTO (N) | 16. | 23. | 39. | 22. | 100. | 807 |

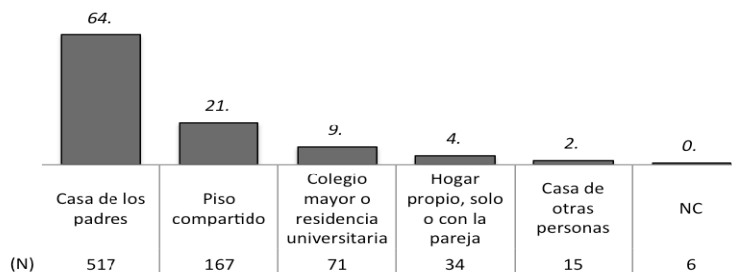
Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

El lugar de residencia

En cuanto al lugar de residencia, aproximadamente tres de cada cinco viven con la familia de origen y solo uno de cada cinco lo hacen en piso compartido con amigos o conocidos. Los datos caen por debajo de 10 % cuando se trata de colegios mayores y del 5 % si viven solos o con pareja. Los resultados obtenidos coinciden con algunas investigaciones llevadas a cabo entre población española, como los de Colom y Molés (2016) y Bernardi (2007).

Sin embargo, en otros países se ha encontrado que los jóvenes universitarios son los que tienen mayor probabilidad de independizarse (Stone et al., 2011; Moreno, 2012).

Gráfico4. Distribución muestral del alumnado según la vivienda en donde reside (N= 810)



Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

El lugar de procedencia

Respecto al lugar de procedencia de los participantes, aproximadamente uno de cada diez estudiantes procede de otros países, datos que se confirman la línea general del resto de universidades españolas. Según el informe “La universidad española en cifras (2016)”, “los foráneos que cursan estudios no llegan al 5% de todo el alumnado.” De los 40.000 alumnos extranjeros que eligen las universidades españolas cada año, la gran mayoría lo hacen dentro del programa de Erasmus, y solo 15.000 terminan una carrera en los campus españoles. Según este informe, pese a que España es el país de Europa que atrae a más estudiantes Erasmus desde hace más de una década (CRUE, 2016, p.14), los rectores advierten que “la atracción internacional de estudiantes que se matriculan en nuestras enseñanzas universitarias es más reducida que en los países de la OCDE” (p. 16).

5.2. Tiempo de conexión a Internet

La media de conexiones en total es de tres horas y media aproximadamente, siendo 3 horas el tiempo promedio que separa la mitad que menos y más tiempo se conecta.

Tabla 2. Tiempo medio de conexión a Internet

| | |
|--------------------------------------|-------|
| Menos de 3 horas | 37,3% |
| De 3 a 6 horas | 34,5% |
| 6 horas y más | 21,3% |
| No se conectaron (tiempo= 0 minutos) | 4,2% |
| NS / NR | 2,7% |

Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

Este tiempo medio de conexión es ligeramente inferior al que se ha mostrado en universitarios en otras investigaciones como, por ejemplo, el “Estudio de los hábitos y usos de las TIC por parte de jóvenes universitarios matriculados en universidades públicas y privadas de Managua y de la Costa Caribe” (Rodrigues et al., 2017). En este estudio, en el que se encuestaba a jóvenes de siete universidades públicas y privadas, el tiempo promedio de conexión era de 3 horas y media diarias, llegando incluso a 4 horas durante los fines de semana. Cifras que se encuentran muy por debajo de las 5 horas y 36 minutos de conexión diaria que indica el “Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México”, AMIPCI, 2014 (en Islas, 2015).

Los datos que arroja el “Estudio General de Medios” sobre la última oleada de octubre a diciembre de 2017 también indican un aumento progresivo de horas de conexión. Ese incremento ha supuesto pasar de entre 2 y 4 horas diarias en 2015, a más de 4 horas en 2017. De esta forma, los universitarios de la UCM se encontrarían por debajo con consumos de Internet más moderados. En la misma línea, el estudio de Marín, Sampedro y Muñoz (2015) llevado a cabo entre participantes de cuatro universidades de Andalucía, indicaba que, a pesar de los datos encontrados en otras investigaciones, los universitarios no podían considerarse como adictos a las redes sociales porque no presentaban los rasgos que se definían en dichos estudios.

Tiempo conectado por trabajo o estudios, o por otras actividades.

Se dedica aproximadamente un 16% más de tiempo a trabajo o estudios que al conjunto de las restantes actividades. Dato que se contradice con los de la investigación de Escofet, López y Álvarez (2014) sobre los “Usos de las TIC entre los estudiantes universitarios”, que mostraba “un elevado uso de las tecnologías a nivel informal, lo cual no se corresponde con el uso académico de ellas, que es moderado” (p.16).

Se han encontrado diferencias significativas en el tiempo conectado por trabajo o estudios en relación a la rama de estudios y, además, en el tiempo de conexión por otras actividades:

- Respecto a una media de tiempo de conexión del conjunto de la muestra que se conectan “por trabajo o estudios” (2 hrs., 05 min., 19 seg.), superan significativamente la media los universitarios de Humanidades (+37min 8seg) y los de Ciencias Sociales (+ 1min. 7seg.). Mientras que lo hacen significativamente menos tiempo los de Ingenierías y Matemáticas (-18min. 19 seg.) y los de Ciencias de la Salud (-25min. 55seg.).
- Los datos se invierten cuando se trata de conectarse “por otros motivos” respecto a una media de tiempo de conexión del conjunto de la muestra (1 hrs. 47 min. 56 seg.). En este caso superan la media los de Ingenierías y Matemáticas (+16min. 10 seg.) y los de Ciencias Sociales (+12min. 54seg.). Por debajo de la media, pasan menos tiempo conectados los de Humanidades (-8min. 6 seg.) y los de Ciencias de la Salud (-23 min. 53 seg.)

Tabla 3. Comparación de los usos de internet según ramas de estudios. Sentidos de las diferencias significativas.

| Ramas | Trabajo, estudios | | Otros motivos | |
|---------------------------|-------------------|----|---------------|----|
| | + | - | + | - |
| Ingenierías y Matemáticas | | - | ++ | |
| Ciencias de la Salud- | | -- | | -- |
| Ciencias Sociales | | + | + | |
| Humanidades | ++ | | | - |

Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

Parecen llamativos los datos de conexión de los estudiantes de Ingenierías y Matemáticas, los cuales se conectan relativamente menos por estudios y más por otros motivos. Una de las posibles interpretaciones es la que aporta Molina (2012) sobre el perfil de los jóvenes protagonistas en la serie americana “The Big Bang Theory”:

Leonard (Doctor en Física Experimental), Sheldon (Doctor en Física Teórica), Howard (Ingeniero Aeroespacial) y Raj (Astrofísico) son cuatro jóvenes que no superan los 26 años y que se encuentran en la vida a partir de su trabajo en la universidad. El modo en que estos cuatro científicos jóvenes se relacionan entre ellos es a través de los videojuegos: Wii, Xbox

y TheWorld of Warcraft, Halo, etc., no pudiendo encontrar generalmente otro modo de discurso en el cual ubicarse e interactuar entre ellos (Molina, 2012, p. 44).

Se puede interpretar también la mayor conexión “por otros motivos” en relación a los resultados de otras investigaciones que han abordado el uso de las redes sociales por los universitarios. García Galera, Seco y Del Hoyo (2013) apuntan a que estas redes online “son un lugar de encuentro de amigos y conocidos fundamentalmente; que se convierte en una herramienta para prolongar o extender las relaciones sociales de la vida real. Galera, p. 103). El informe AIMC “20º navegantes en la Red (Marzo, 2018), aporta datos que podrían hacer interpretar la conexión “por otro motivos” con establecer o mantener las relaciones sociales. Por ejemplo, el 73,6 % de los encuestados utilizan Internet para conectarse con sus redes sociales, el 88,2 % para enviar o recibir correos y el 91,3 % para comunicarse a través de aplicaciones como Whatsapp. Lejos de estas cifras se encontrarían otras formas de uso de la Red, como el de informarse (41,7 %) o el de entretenerse (juegos, música...) (43 %).

El promedio de tiempo de conexión de los universitarios

Respecto a una media de tiempo de conexión (3hrs. 46min. 47seg.), los varones se conectan aproximadamente 16 minutos más que las mujeres, diferencia debida principalmente a la conexión “por otros motivos”.

Se han encontrado resultados contradictorios respecto a las diferencias de género en relación con las TIC entre universitarios en distintos estudios. Por ejemplo, los datos que aportaron García-Galera, Seco y Del Hoyo (2013, p.101), indicaban mayor tiempo de conexión de las universitarias independientemente de la red social que utilicen. Marín, Sampedro y Muñoz (2015) hallaron diferencias significativas que indicaban que las mujeres universitarias presentaban mayor uso de Internet, de redes sociales e incluso una actitud negativa respecto a desconectarse para hacer otro tipo de actividad presencial. Por su parte, Golpe et al. (2017), constataron importantes diferencias de sexo respecto a los motivos de utilización de las TIC, pero en adolescentes menores de 18 años.

Sin embargo, las pautas de interacción a través de las TIC que encontraron Velarde y Casas-Mas (2018), no aportaban variaciones entre varones y mujeres. Cruces, Guil, Sánchez-Torres y Pereira (2016), tampoco hallaron diferencias significativas que vinculasen el uso de Internet con cuestiones de género. En el caso del presente estudio, cabe pensar que las mujeres podrían mostrar mayor preferencia a tratar temas personales de forma presencial.

En relación al promedio de conexión mencionado, se conectan más los universitarios a partir de los 20 años, siendo significativamente mayor el tiempo de conexión de los de 20 y 21 años (+ 8 min. 40 seg.) y de los de 22 años y más (+29 min. 35 seg.). Y relativamente menor en los de menos de 19 años (-23 min. 51seg) y en los de 18 años (- 7 min. 47 seg.). Estos datos también se contradicen con la mencionada investigación de Escofet, López y Álvarez (2014), en la que “se perciben claramente diferencias entre los jóvenes y los mayores, de modo que los estudiantes con menor edad muestran un uso más elevado de las tecnologías que los de mayor edad” (p.16).

Tabla 4. Tiempo total de conexión a Internet, según edades

| Tiempo TOTAL de conexión A INTERNET | EDADES | | | | |
|---|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| | 18 años | 19 años | 20 a 21 años | 22 años y mas | CONJUNTO |
| Media | 3:39:00 | 3:22:56 | 3:55:27 | 4:16:22 | 3:46:47 |
| Diferencia respecto a la media de tiempo de conexión del conjunto | - 7 min 47 seg | -23 min. 51 seg | +8 mn., 40 seg. | +29 min. 35 seg | |
| Bases (N): | 163 | 235 | 225 | 166 | 788 |

Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

5.3. Tipologías de usuarios según la autopercepción que tienen del uso que hacen de internet

La variable principal de este estudio está diseñada para diferenciar tipologías de usuarios, según el vínculo que dicen establecer con las Tecnologías. Diferenciamos entre las siguientes categorías:

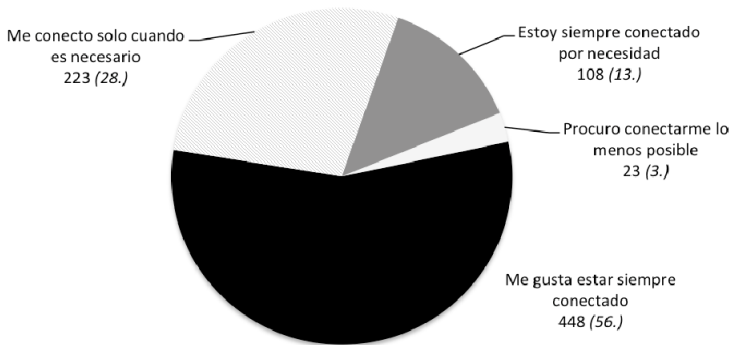
1. Usuarios instrumentales: aquellos que se presentan en clave de un uso instrumental de las tecnologías. Los datos indican que cuatro de cada diez estudiantes que sí están conectados, lo hace solo cuando es necesario. Incluimos a quienes declaran “conectarse solo cuando es necesario” (28 %); o “estoy siempre conectado por necesidad” (13 %).
2. Usuarios libidinales: los que prefieren presentar en clave de gratificación o no gratificación el recurso a las tecnologías. Son aproximadamente seis de cada diez. Les diferenciamos y denominamos, según el caso:

- “Usuarios gratificados”: quienes declaran que le gusta estar siempre conectado (55%)
- “Usuarios no gratificados”: los usuarios que responden que procuran conectarse lo menos posible (3%).

Por cada usuario “no gratificado”, hay dieciocho que sí lo están. La categoría de “usuarios libidinales” abarca los extremos del gusto entre estar conectado “siempre” y “lo menos posible”.

El concepto de usuario “libidinal” en el que se ha incluido a los universitarios de este estudio, se basa en la consideración de la libido, no solamente como una fuente de energía psíquica que conlleva unos comportamientos determinados (Jung, 1952), sino específicamente orientados para la gratificación sexual (Freud, 1939). Concretamente, la libido tiene que ver con la satisfacción de una necesidad, es el contexto de satisfacción (sexual / erotismo / más gusto por la vida). Por ejemplo, los extremos entre “me gusta sexo siempre” o “si puedo no lo hago”. Se gratifica una necesidad, una pulsión que puede ser positiva o negativa. Si es instrumental, solo se utiliza cuando es necesario (lo hago, voy a conseguir algo con ello). Cuando algo es instrumentales un medio para conseguir algo. Y, libidinal, es la expresión de una satisfacción. Escribano (2014), basándose en el concepto de “erotismo” de Georges Bataille, es otro de los teóricos que ha establecido un perfil de usuario de juegos online “libidinal”, profundizando en las motivaciones intrínsecas, en las pulsiones interiores de los jugadores.

Gráfico5. Tipologías de usuarios según la autopercepción que tienen del uso que hacen de internet (N= 801)



Fuente: Investigación de la UCM con referencia 2014/GR3/14.

Las categorías “instrumental” y “libidinal” no son antagónicas, sino una graduación que recoge la autopercepción del que le gusta más utilizar las

TIC, al que se siente menos a gusto con estas tecnologías. Dentro de esta escala se han establecido grupos y, como se puede ver en el gráfico número 5, hay un 56 % que les gusta estar siempre conectados. La idea de la que parte la sociedad adulta es que los jóvenes están siempre conectados (caminan por la calle sin levantar la mirada de las pantallas, etc.). Esta percepción se apoya, no solo en las representaciones que ofrecen los medios masivos, sino también en datos de estudios en los que se afirma que “la actual generación de jóvenes tiene como característica fundamental su hiperconectividad permanente” (Reig, 2015, p.21). Pero la conectividad permanente no implica que les guste estar siempre conectados. A este respecto Reig y Vílchez (2013) afirman que no “debemos perder de vista el carácter meramente instrumental de la tecnología” (p. 77). Según estos autores, esa instrumentalización puede llevar consigo comportamientos adictivos (como a los videojuegos), usos abusivos de redes sociales y otras formas de sustituir la falta de satisfacción personal o la dificultad de relacionarse en la vida presencial. Naval, Serrano-Puche, Sádaba y Arbués (2016) se refieren al incremento de literatura académica y divulgativa en los últimos años que han puesto el foco de atención en la desconexión digital.

Según estos autores, en estas investigaciones teóricas y empíricas se concluye con frecuencia lo siguiente:

“...quienes practican el *unplugging* reconocen haber vivido en ese tiempo de desconexión una sensación de liberación y de paz, una mejor comunicación con sus familiares y amigos cercanos y la posibilidad de recuperar - más allá de las pantallas- tiempo para otras actividades necesarias y dignas de atención”.

6. Conclusiones

De acuerdo con las respuestas proporcionadas por los estudiantes universitarios que han participado en este estudio, la mayor parte se concentra entre los 19 y los 21 años, se encuentran cursando los dos primeros años de grado y viven con sus padres. Eligen principalmente estudios relacionados con las Humanidades y las Ciencias Sociales en proporción ligeramente mayor de las mujeres. A la luz de estos datos y tras el cruce con el resto de variables de conexión a internet, podemos señalar lo siguiente:

- Las universitarias se conectan menos principalmente por motivos que no están relacionados con estudios o con trabajo. Todo a punta que las universitarias podrían preferir, o les resulta más fácil que a los varones, relacionarse o tratar asuntos de sus vidas privadas de forma presencial.
- Contrario a la tendencia de investigaciones revisadas en los que se establece una fuerte relación de mayor uso de internet a menor edad entre los jóvenes y adolescentes, en este estudio prevalece la

tendencia de mayor conexión a partir de los 20 años en adelante. Una de las razones podría ser por el uso instrumental que realizan los estudiantes quienes, en los primeros años de carrera buscan establecer el contacto y la relación presencial con su entorno y, posteriormente pueden centrarse más en actividades individuales de estudio o trabajo que implican menos tiempo para la interacción presencial.

- Respecto a las ramas de estudio que se han identificado, es claramente llamativo la diferencia del perfil de los universitarios de ingenierías y matemáticas y de los de Humanidades. Los primeros no necesitan tanto estar conectados por trabajo o estudios pero sí requieren significativamente hacerlo por otros motivos. En el lado opuesto, los estudiantes de Humanidades utilizan cotidianamente la Red para trabajar o estudiar pero no tanto para otras actividades. Podría establecerse una posible dificultad de los primeros a la hora de interactuar con su entorno social y a una probable necesidad de los segundos para la búsqueda de información a través de Internet en relación con sus estudios.
- No se ha identificado una determinación sociológica del modelo y el lugar del hogar en la vida de los universitarios en relación con su percepción de usuarios tecnológicos. Cabría esperar, por ejemplo, que los estudiantes que viven lejos de sus familias necesitan estar más tiempo conectados para relacionarse con sus parientes. O, atendiendo a la percepción de los padres, podría entenderse que los hijos están permanentemente en la Red. (Europa Press, 2018). Sin embargo, según los resultados de este estudio entre estudiantes universitarios, no aparecen diferencias en la auto-representación que tienen de usuarios en función de con quién vivan o de qué lugar procedan.

En cuanto a las tipologías de usuarios que se han establecido, prevalece el usuario libidinal que disfruta estando conectado. Sin embargo, se observa cierta tendencia hacia el desvanecimiento de este mito de la adicción juvenil a las TIC propio de la sociedad digital. No parece que les guste tanto como los medios y la sociedad se encargan de transmitir, porque ese porcentaje del 55 % supone a penas un poco más de la mitad.

Quizás podría deberse a que el motivo principal que les mantiene conectados a la red es su condición de universitarios y conectarse es más una obligación. De los que sí están conectados, un 41 % lo hace solo cuando es necesario y a lo que hay que añadir el 3 % que trata de evitarlo siempre. Por lo tanto, muchos están conectados siempre pero por necesidad, y no por gusto o placer.

Finalmente, podría ser interesante abrir nuevas líneas de investigación para analizar si nos encontramos en los inicios de una nueva fase de la era digital en la que los usos de las tecnologías comunicativas se basan meramente en procesos de adaptación al medio más que en el placer y la atracción que generan estas herramientas. Podríamos estar hablando de los comienzos del paso de la fascinación, el encanto y la seducción, a la saturación, el hartazgo y el rechazo a la hiperconectividad.

Referencias bibliográficas

- AIMC. Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (2017). 20º Navegantes en la Red (octubre-diciembre 2017). Estudio General de Medios. Disponible en: <http://www.aimc.es>
- Alcoceba, J. A. (2014). Jóvenes y comunicación: La realidad juvenil desde la representación mediática y la percepción juvenil, en Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (Ed.). Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse. (pp. 36-53). Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).
- Bernardi, F. (2007): Movilidad Social y Dinámicas Familiares. Una Aplicación al Estudio de la Emancipación Familiar en España. Revista Internacional de Sociología, 65: pp. 33-54.
- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. Revista de estudios de juventud (88).
- Bernete, F. (2018). El uso de Internet para las gestiones administrativas y las relaciones personales entre los estudiantes universitarios. En Díaz Cuesta, J. (coord.): Proyecciones de la investigación actual universitaria (pp. 43-56). Madrid: Tecnos.
- Cadilla-Baz, M. (2018). Comportamientos de los estudiantes universitarios en Internet: la virtualización de actividades culturales y otras tareas cotidianas. En J. Rodríguez Terceño (Coord.), Investigando en comunicación e investigando en docencia (pp. 49-64). Madrid: Tecnos.
- Casas-Mas, B. (2017). Transformaciones de la comunicación pública en la era de la globalización que influyeren en el consenso y el conflicto social. Tesis Doctoral. Madrid: UCM.
- Castells, M. (2001). La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona: Plaza y Jané.
- Centeno, G. & Cubo, S. (2013). Evaluación de la competencia digital y las actitudes hacia las TIC del alumnado universitario. Revista de Investigación Educativa, 31 (2), 517-536.
- Colom, M.C., & Molés, M. C. (2016). Emancipación familiar en España. Análisis del comportamiento de los jóvenes en 1990, 2000 y 2010. Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa, 22, 120-138.

- Cruces, S. J., Guil, R., Sánchez-Torres, N., & Pereira, J. A. (2016). Consumo de nuevas tecnologías y factores de personalidad en estudiantes universitarios. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 5(2), 205-228.
- CRUE (2016). La universidad española en cifras. Disponible en: <http://www.crue.org>
- Domínguez, G. & Llorente, M.C. (2009). La Educación social la Web 2.0: nuevos espacios de innovación e interacción social en el espacio europeo de educación superior, en Pixel-Bit. *Revista de Medios y Educación*, (35), 105-114.
- Echenique, E. G., Molías, L. M., & Bullen, M. (2015). Usos académicos y sociales de las tecnologías digitales del estudiante universitario de primer año. pp. 191-204. *Tendencias Pedagógicas*, 23.
- Escofet, A., López, M., & Álvarez, G. (2014). Una mirada crítica sobre los nativos digitales: Análisis de los usos formales de tic entre estudiantes universitarios. *Revista Q*, 9(17).
- Escribano, F. (2014). Eros y Tánatos. Otros perfiles en Gamification. Disponible en: [gecon.es /2014/10/09/eros-tanatos-sistema/](http://gecon.es/2014/10/09/eros-tanatos-sistema/) (22/02/2018)
- Europa Press (2018, 17 de marzo). El 99,2% de los adolescentes tiene acceso a Internet: el desafío de tener un hijo 'conectado' Extraído de PORTAL TIC: <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-992-adolescentes-tiene-acceso-internet-desafio-tener-hijo-conectado-20180317125937.html>. (25/03/2018).
- Franco, J. A. P. (2016). Actitudes hacia los Ambientes Virtuales de Aprendizaje y el uso de Tecnología de la Información y Comunicación en docentes universitarios. *Revista del Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI)*, (3).
- Freud, S. (1939). Libidinal Types. *The Psychoanalytic Quarterly*, 1:1, 3-6.
- Fundación Telefónica. (2016). Informe “La Sociedad de la Información en España SiE 16”. Disponible en: <https://www.fundaciontelefonica.com>
- García, I., Plaza, A., & Zurita, H. (2018). Las TIC en el Aprendizaje de Programación Estructurada a través de Técnicas Constructivistas para la Educación. *Journal of Science and Research. Revista Ciencia E Investigación*, 3 69-71.

- García-Galera, M.C., Seco, J. A., & Del Hoyo, M. (2013). La participación de los jóvenes en las redes sociales: Finalidad, oportunidades y gratificaciones, en *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (48), pp. 95-110.
- Golpe, S., Gómez, P., Harris, S. K., Brana, T., & Rial, A. (2017). Diferencias de sexo en el uso de Internet en adolescentes españoles. *Psicología Conductual*, 25(1), 129.
- Haddon, L. (2016). Análisis de la domesticación y estudio sobre el uso que hace la población infantil de los Smartphones y las Tablets. *Revista de Estudios de Juventud* (111), 141-153.
- Hernández, L., Acevedo, J., Martínez, C., & Cruz, B. (2014). El uso de las TIC en el aula: un análisis en términos de efectividad y eficacia. En *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*.
- Islas, O. (2015). Cifras sobre jóvenes y redes sociales en México. *Entretantos*, 7 (9) (abril - julio 2015).
- INE, Instituto Nacional de Estadística (2016, 2017). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2016. Recuperado de: <http://www.ine.es>
- INJUVE, Instituto de la Juventud (2016). Informe Juventud en España 2016. Disponible en: <http://www.injuve.es>
- ITU, International Telecommunication Union (2016). *Measuring the Information Society Report 2016*. Disponible en: www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx
- Jung, C.G. (1952). *Transformaciones y símbolos de la libido*. Buenos Aires: Paidós.
- Maldonado, A. (2011). La obra de Manuel Martín Serrano vista desde América Latina. *Chasqui*, 114 y 115, p. 201 -209.
- Marín, V., Sampedro, B. E., & Muñoz, J.M. (2015). ¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios? *Revista Complutense De Educación*, 26, 233-251.
- Martín, M. (1977). *La Mediación Social*. Madrid: Akal.
- Molina, E. (2012). La solución de Sheldon Cooper. *Ética y Cine Journal*, 2(2), 43-46.

- Moreno, A. (2012): The transition to adulthood in Spain in a comparative perspective: The incidence of structural factors. *Young*, 20 (1): pp.19–48.
- Naval, C. Serrano-Puche, J., Sádaba, C., & Arbués, E. (2016). Sobre la necesidad de desconectar: algunos datos y propuestas Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 17(2), 73-90.
- Navarro, C., & Casero, A. (2015). Análisis de las diferencias de género en la elección de estudios universitarios. *Estudios sobre Educación*, 22, 115-132.
- OCDE (2015). The ABC of gender equality in education: attitude, behaviour and confidence, PISA, OCDE Publishing.
- Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1367-1372.
- Prendes, M.P., Sánchez, M.M. & Serrano, J. L. (2011). Modelos de interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales, en EDUTECH, *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (35) (Marzo), 1-14.
- Reig, D., & Vílchez, L. F. (2013). Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas. Madrid: Fundación Telefónica.
- Reig, D. (2015). Jóvenes de un nuevo mundo: cambios cognitivos, sociales, en valores, de la Generación conectada. *Revista De Estudios De Juventud*, (108), 21-32.
- Rodrigues, R., Lucio, R., Mejía, E., Pérez, I., & Peña, H. (2017). Estudio de los hábitos y usos de las TIC por parte de jóvenes universitarios. Nicaragua: Instituto de Educación IDEU.
- Sanmartín, A. (2013). Indicadores básicos de juventud. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).
- Sierra, F. (2011). La comunicación pública y los cambios socioculturales en la obra de Manuel Martín Serrano. *Chasquí* 114 y 115, 184-186.
- Stone, J.; Berrington, A. & Falkingham, J. (2011): “The changing determinants of UK young adults’ living arrangements”. *Demographic Research*, 25: pp. 629–666.
- Taberbero, C., Aranda, D., & Sánchez, J. (2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de estudios de juventud*, (88), 77-96.

- Valero-Matas, J.A., Callejo, J., Valero-Oteo, I., Coca, J. R. (2017). Análisis de la Elección de Itinerarios Educativos en los Universitarios Españoles. El caso del Campus de Palencia de la Universidad de Valladolid. *Multidisciplinary Journal of Educational Research*, 7(2), 216-248.
- Velarde, O. & Casas-Mas, B. (2017). Lo virtual y lo presencial en las interacciones comunicativas de los jóvenes universitarios. ”, en VV.AA., *Investigando en comunicación e investigando en docencia*. Madrid: Tecnos. ISBN: 978-84-309-7390-3.
- Villalón, J. J. (2016). La gestión de las identidades sociales por la juventud de la era de las TIC: El fortalecimiento de los vínculos incorporados, en *Revista de estudios de juventud*, 111, 155-173.
- Watkins, S .C. (2009). *The Young and the Digital: what the migration to social-network sites, games, and anytime, anywhere media means for our future*. Massachusetts: Beacon Press.
- Watt, S., Lea, M., & Spears, R. (2002). How social is Internet communication? A reappraisal of bandwidth and anonymity effects. En S. Woolgar (Ed.) *Virtual Society?* (pp.61-77). Oxford: Oxford University Press.
- Yarto, C. (2010). Limitaciones y alcances del enfoque de domesticación de la tecnología en el estudio del teléfono celular. *Comunicación y sociedad*(13).

LA CREACIÓN ARTÍSTICA EN ADOLESCENTES CON ALTAS CAPACIDADES Y EL USO INTEGRADO DE LOS DIPOSITIVOS MOVILES

Dra. M. Jesús Bernal Acuña

Universidad de Cádiz, España

Dra. Rocío Cruz-Díaz

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, España

Dra. Sara Román-García

Universidad de Cádiz, España

Resumen

Este estudio de investigación participa de un proceso comunicativo y colaborativo entre los protagonistas de este estudio, alumnos de altas capacidades, y otros agentes implicados: padres, docentes universitarios, profesores de educación primaria y secundaria, coordinadores de mentorías universitarias, y expertos de la Junta de Andalucía y la Universidad de Cádiz.

La superdotación, concepto utilizado por primera vez en 1972 por Whipple, con intención de nombrar a los niños con una capacidad superior a lo normal y las teorías que han desarrollado este modelo, han mostrado el abanico de características y rasgos que presentan los aprendizajes de estas personas y su interacción entre ellas. Las más destacadas, a juicio de la comunidad científica, serían: habilidad general y/o habilidad específica por encima de la media poblacional; altos niveles de compromiso con la tarea y de creatividad.

La investigación se ha llevado a cabo con 13 jóvenes adolescentes con edades entre 8 y 16 años; representa una actividad planificada y guiada por propósitos y fines determinados por el tiempo y el espacio con la intención de entender las realidades que se estudian caracterizadas por los intercambios e interacciones de los protagonistas, alumnos y alumnas de altas capacidades. La metodología utilizada ha sido cualitativa, de tipo observacional y descriptiva basada en el estudio de procesos creativos interdisciplinares y su praxis. Hemos conseguido acercarnos a la realidad social de estos niños, escuchar, interpretar y comprender sus vivencias, formas de actuar, decisiones, dificultades, opiniones y entender sus experiencias tal como se producen en el contexto.

Palabras claves

Dibujo, música, dispositivos móviles, altas capacidades, creatividad.

1. La atención educativa al alumnado con altas capacidades

El objetivo principal de este apartado conceptual es doble, de un lado, mostrar algunos de los referentes teóricos básicos en los que se fundamenta el trabajo con alumnado de altas capacidades en la modernidad (Bernal, 2018; López, Cruz-Díaz, & Román-García, 2017) y, por otro, presentar una experiencia programada de carácter teórico práctico que nos permita describir las vivencias y experiencias, afín de ser útil para profesorado con alumnado de similar característica.

Trabajar en educación, desde el marco de las capacidades y competencias, es relativamente reciente, las Altas Capacidades Intelectuales (AACCI) han recibido un respaldo importante en los últimos años en la comunidad andaluza. En el año 2010 se creó el Área de Atención al Alumnado de AACCI en los Equipos de Orientación Educativa Especializados (EOEE), ofertándose orientadores especialistas en cada una de las ocho provincias. Un año más tarde, el 14 de febrero de 2011, la Comunidad Autónoma Andaluza puso en marcha un *Plan de Actuación para la atención educativa al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo por presentar altas capacidades intelectuales*. Dicho plan específico tiene por objeto aprovechar el talento y las capacidades de los chicos y chicas andaluces desde temprana edad.

Este tipo de iniciativas políticas se comienzan a desarrollar tras la modificación en la concepción teórica de la inteligencia y su estructura inicial, monolítica, apoyada únicamente en el Cociente Intelectual (superior a 130). Antes de profundizar en la superdotación y/o altas capacidades es determinante concretar algunas consideraciones sobre la inteligencia. Según la literatura científica (Aranzazu & Gutiérrez, 2010; Gardner, 2005; Goleman, 1996; Peña, 2001; Renzulli, 1978), los modelos más representativos se agrupan en: Modelos psicométricos (Simon y Binet con la Escala métrica de inteligencia en 1905, junto al Estudio longitudinal de Terman de 1921; Inteligencia general o factor g de Spearman de 1927). De estos modelos factoriales, destacan: La inteligencia como adaptabilidad de Terman en 1921 y, las Aptitudes de capacidades mentales primarias de Thurstone de 1938.



Imagen 1: Digitalizando la acción.

Entre los Modelos jerárquicos, encontramos la teoría de las Jerarquías puras, un modelo clásico de Burt desarrollado en 1949, la Estructura jerárquica de Vernon de 1961 y, la teoría de Inteligencia fluida e inteligencia cristalizada de Cattell y Horn de 1971.

Finalmente, las dos grandes corrientes con mayor repercusión en los ámbitos socioeducativos, las Jerarquías integradoras (Modelo factorial jerárquico HILI de Gustafsson de 1980); Modelo de los tres estratos de Carroll, de 1997 y, las Aproximaciones sistémicas, que incluyen al Modelo triárquico de Stenberg, de 1985 y, al Modelo de inteligencias múltiples de Gardner de 1983. Estas últimas centrarán nuestra atención en las próximas líneas.

La teoría de los Tres Anillos de Renzulli (1978), basaba su modelo de Sobredotación en la combinación del coeficiente intelectual con la motivación y la creación, integrando de esta forma, el reconocimiento de las habilidades cognitivas de la persona. Esta teoría se ve superada al presentar Sternberg, su Modelo Triárquico caracterizando la inteligencia como las relaciones que establece el individuo entre la capacidad de aprender de la experiencia y la habilidad de adaptarse al entorno (Aranzazu, & Gutiérrez, 2010). Propone un acercamiento integrado de tres áreas básicas o subteorías: La inteligencia y el mundo interno del individuo o subteoría encargada del estudio de los mecanismos y procesos mentales que subyacen a la con-

ducta inteligente; La inteligencia y el mundo exterior del individuo o subteoría encargada del estudio del uso de los mecanismos mentales en la vida cotidiana de la persona para lograr su adaptación al entorno y; por último, la inteligencia y la experiencia o subteoría encargada del estudio de la habilidad para tratar con la novedad y/o automatizar su experiencia vital con el mundo interno o externo. La conjunción y presencia, en mayor o menor medida de estos rasgos, se traducirá, según Stenberg, en una amplia diversidad de individuos, algunos caracterizados por una inteligencia analítica - óptimo de los componentes internos de procesamiento-; otros, por una inteligencia creativa -facilidad para la creación y el descubrimiento-; y otros, por una inteligencia práctica -habilidad para adaptarse, modelar y seleccionar-.

El recorrido por las teorías que soportan el marco teórico conceptual de las experiencias en altas capacidades, intenta responder a interrogantes como: ¿cuán inteligente eres? y ¿de qué forma eres inteligente? Gardner (2005), se atreve a responder a dichas preguntas y en base a una serie de criterios fundamentales que permiten establecer la identidad de la inteligencia (las lesiones cerebrales deben permitir su delimitación; existencia de poblaciones atípicas; presencia de un conjunto de operaciones identificables específicas; una historia de desarrollo individual característica; una historia evolutiva), nos presenta su concepción de las inteligencias múltiples. En un primer momento el autor, contempla siete inteligencias diferentes (1983-1993) a las que suma una octava con posterioridad y, más recientemente, una novena (1998), si bien, ésta última, aunque no existe consenso ante el cumplimiento de los requisitos exigidos para ser una inteligencia. La unión de lo que Gardner llamó inteligencia intrapersonal con la interpersonal es lo que posteriormente Goleman (1996) denominará inteligencia emocional.

Una experiencia que tiene una especial repercusión en el taller que desarrollamos en este estudio, es la realizada recientemente por la Universidad de Málaga junto a la Asociación para el Apoyo a las Altas Capacidades Intelectuales (ASA-Málaga), la Fundación General de la UMA y la Delegación de Educación de la Junta de Andalucía junto a un equipo técnico especializado en Psicología y mediación del aprendizaje, donde los mentores universitarios componen el corpus del profesorado que atiende directamente a los estudiantes que se inscriben en el programa con el objetivo de potenciar la curiosidad y el pensamiento creativo. Este programa cuenta con el apoyo, la colaboración y financiación de la FECYT (Fundación Española para la Ciencia y Tecnología-Ministerio de Economía y Competitividad) a través del proyecto “Encuentros con la Ciencia”. El listado completo de talleres está disponible en la web www.encuentrosconlaciencia.es. La metodología de trabajo se ha realizado desde tres universidades andaluzas de Comunicación y Educación (Universidad de Málaga, Universidad Pablo de Olavide

de Sevilla y Universidad de Cádiz). La aplicación de dicha experiencia durante el curso académico 2016/2017 se integra en el proyecto GuíaMe-AC-UMA, un programa articulado por treinta talleres ‘mentor universitarios’ dirigidos a alumnado con altas capacidades intelectuales desde 3º de la E.S.O. hasta 2º de Bachillerato y Ciclos Formativos Medio y Superior. Las temáticas de dichos encuentros versaron sobre temas tan diversos como las ciencias, matemáticas, competencia mediática y digital, computación, bioquímica, genética, marketing, mineralogía, física, judicatura, arquitectura, inteligencia artificial, etc.

Gracias a esta iniciativa se pone de manifiesto la necesidad de atender al alumnado identificado con altas capacidades en sus diferentes perfiles y se ponen en marcha nuevas experiencias con alumnado de altas capacidades. Debemos mencionar finalmente que el estudio que presentamos sobre altas competencias y expresión plástico-musical, se enmarca dentro del proyecto nacional de I+D (Ref. EDU2015-64015-C3-2_R) *Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): Prácticas innovadoras y estrategias educacionales en contextos múltiples*. Subproyecto “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes en entornos universitarios”. El objetivo central de este proyecto nacional avanza en la dirección de los medios emergentes digitales, como catalizadores de lo audiovisual y lo interactivo, y se proyecta tanto a colectivos sociales diversos como a contextos diferenciados formales e informales.

2. Diseño y desarrollo del taller interdisciplinar de altas capacidades y dispositivos móviles

Para facilitar los casos de estudio en altas capacidades y expresión artístico musical consideramos el contexto y las circunstancias del alumnado, sin olvidar nuestras inquietudes y objetivos, flexibles y sujetos a transformaciones y cambios a medida que se ejecuta la práctica (Balsera & Gallego, 2010). Tal como nos aconseja Ortega y Gasset con respecto a flexibilidad de pensamiento,

Yo soy yo y mi circunstancia y si no la salvo a ella no me salvo yo. El ser humano es un ser compuesto de realidades circunstanciales creadas por la opacidad en la forma de pensar y en el sedentarismo como fuente inspiradora de las culturas neopensantes incapaces de olvidar la tirantez que usurpa el conjunto de la sabiduría (Ortega y Gasset 2004, p.757).

Tomamos como base la aplicación de la neurociencia al aprendizaje integrado (Ferrés et al., 2011; Ferrés, Masanet & Marta, 2013). Conocemos que nuestro sistema cognoscitivo y afectivo no son dos sistemas completamente, sino que forman un solo sistema, que conocemos como la estructura cognitivo emotiva; por ello es muy comprensible que se unan lo lógico y lo

estético, dándonos una vivencia total de la realidad que se experimenta (Martínez, 2006). Nuestro objetivo ha sido acercarnos a la realidad social de estos niños de altas capacidades con la finalidad de escuchar, interpretar y comprender sus vivencias, formas de actuar, decisiones, dificultades, opiniones y entender sus experiencias tal como se producen en el contexto. Seguimos una metodología cualitativa propia de este tipo de estudios, que tal como dicen Taylor y Bogdan (1987) “produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable” (p.20). Esto aplicado a nuestros alumnos, nos ha llevado a observar su proceso de creación artística interdisciplinar: música, dibujo, formas tridimensionales, acción; sus formas de actuar, pensar, reflexionar, construir, utilizar las nuevas tecnologías, digitalizar...

El marco metodológico ha ido cambiando, provocado por las modificaciones del mismo proceso de investigación. La propuesta metodológica, además de describir, explicar y comprobar, ha definido objetivos estrechamente relacionados con lo social, lo humano, con el comportamiento y con el pensamiento; con las interrelaciones que caracterizan las experiencias vitales. Hemos tratado de analizar y reflexionar sobre un aspecto de la realidad social; la integración de los niños con altas capacidades y la incidencia en el desarrollo de su creatividad por medio de la expresión artística.

El taller, teórico-práctico, se desarrolló en dos sesiones que se llevaron a cabo los días 10 y 22 de enero de 2018 en aulas de características diferentes según las dinámicas a realizar, en la Facultad de Educación de la UCA. Las sesiones fueron de 2 horas y media de duración. La planificación y diseño de taller tomó como objetivo pulsar prácticas innovadoras en el uso integrado de smartphones y tablets y los medios de comunicación en sus expresiones y creaciones.

Las actividades realizadas en cada sesión fueron:

2.1.Sesión Taller 1. Aula de plástica, reflexión y toma de decisiones.

- Actividad 1 Presentación por parejas. Disposición en círculo.
- Actividad 2: En torno a una forma tridimensional elegida.
- Actividad 3: Creación de un dibujo inspirado por la música.
- Actividad 4: Dibujamos con un modelo y en silencio.

2.2.Sesión Taller 2. Aula de dinámica.

- Actividad 6: Cadáver exquisito.
- Actividad 7: Formas tridimensionales, simplificación y digitalización.

2.1. Primera Sesión. Aula de plástica. Reflexión y toma de decisiones

La clase se había preparado previamente, con la idea de crear situaciones que promovieran la reflexión y toma de decisiones. El primer contacto se realizó fuera del aula, en el pasillo; los alumnos/as iban llegando acompañados de sus padres; la puerta del aula se mantuvo cerrada en estos primeros momentos. Esperamos a que llegaran todos; pretendíamos que entraran todos juntos. El objetivo principal era crear un ambiente especial para desarrollar la percepción de los alumnos/as a través de los sentidos y al mismo tiempo observar sus reacciones, -tenían libertad de movimientos-, promoviendo el aprendizaje por descubrimiento de Brunner. La música elegida para la entrada de los alumnos/as en el aula fue “I Want it That Way” el primer sencillo de *Basck street Boys* de su tercer álbum Milenium, y uno de sus grandes éxitos. *Basck street Boys* es considerada la banda masculina de pop más importante e influyente de la historia de la música; es uno de los grupos con mayores ventas registradas, y con gran aceptación entre los jóvenes de hoy.

Entraron libremente en el aula observando el contexto y sus elementos, y cada uno eligió su sitio libremente. En la sala se habían distribuido por el espacio tres esculturas -cubiertas con papel continuo-, sobre diferentes mesas. En el centro de la clase se formó un círculo con 13 taburetes (uno para cada alumno) iluminando el círculo con unos focos de luz directa.



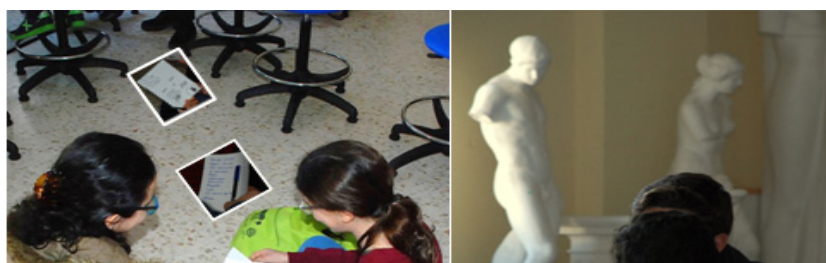
Imagen 2: Contexto Aula de Plástica. Elaboración propia.

Muchos, al escuchar la música, reconocieron el tema. También les llamó la atención la luz, que curiosamente les condujo hasta el círculo de taburetes

donde se sentaron. Entre todos se consiguió un ambiente cálido. Y empezamos la realización de las actividades.

Actividad 1. Presentación por parejas. Disposición en círculo

Dinámica grupal que consistía en realizar una presentación por parejas, captando algo intrínseco de la otra persona, aprendiendo a ver al compañero, siguiendo la línea de investigación de Elliot Eisner, en *Educación la visión artística* (1995). Se les proporcionaron cuatro cuestiones de identificación: nombre, edad, colegio y número de hermanos/as; además debían formular cuatro preguntas creativas a su compañero/a. Los alumnos/as, por parejas, fueron plasmando sus datos en papel. Mediante esta dinámica se consiguió la integración de todos los alumnos/as.



Presentación por parejas

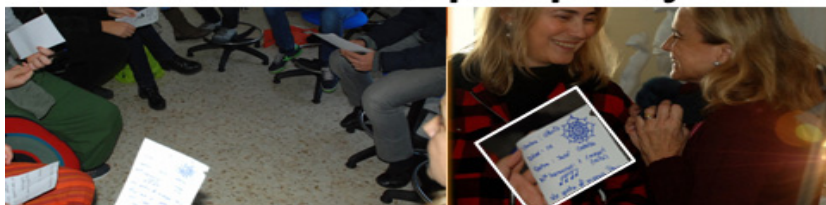


Imagen 3: Presentación por parejas. Elaboración propia.

En la recogida de datos, nos llamó la atención cómo muchos de los niños realizaron sobre sus papeles, dibujos y anotaciones de forma espontánea, frecuentemente relacionadas con la música. Otro dato a estudiar es el número de hermanos; en este grupo todos pertenecían a familias de uno o dos hijos y en algún caso los dos hermanos estaban diagnosticados de altas capacidades.

Actividad 2. En torno a una forma tridimensional elegida

Se trata de una actividad multidisciplinar en la que intervienen el dibujo, las formas tridimensionales, la música y los dispositivos móviles. Los alum-

nos/as son invitados a salir del círculo para descubrir tres elementos tapados con papel continuo. Cada uno elige libremente la escultura deseada y poco a poco se van formando pequeños grupos de trabajo en torno a cada una de las tres formas tridimensionales descubiertas. Hemos conseguido nuestro objetivo principal: crear pequeños grupos de trabajo dando la oportunidad de elegir libremente una escultura. Seguidamente los alumnos/as deben reflexionar y debatir sobre los motivos que les han llevado a elegir esa forma tridimensional y no otra, captando las semejanzas que existen entre ellos y que los definen como pequeño grupo.



Imagen 4: Contexto y descubrimiento. Elaboración propia.

Sobre un papel DIN A 4 los componentes de cada grupo realizarán una composición con líneas de contorno, utilizando sus manos como plantilla. Con esta acción convertimos sus manos –formas tridimensionales vivas-, en dibujos. Hemos pasado del mundo tridimensional al bidimensional. Para terminar, los alumnos/as añaden fecha y título a su composición y por último digitalizan el momento con sus teléfonos móviles.



Grupos



Imagen 5: Investigación y composición. Elaboración propia.

Durante la creación plástica de los alumnos/as se escuchaba como atmósfera sonora, un tema elegido por nosotras: *Autumn* de Georges Winston. A continuación, son ellos los que eligen y ponen la música en el equipo de la clase. El tema: *Likey* de Twice.

En la figura 2 podemos ver un fragmento de la composición realizada por un grupo de alumnos en la que plasman sus manos realizando una silueta con rotulador al mismo tiempo que escriben palabras (unidad, cabeza, soledad, naturaleza, blanco...), decoran las formas, incluso escriben los títulos de la música que han elegido para escuchar en clase mientras trabajan; todos estos datos junto con otros que detectamos al estudiar sus dibujos, definen a cada pequeño grupo de trabajo y quedan plasmados en su composición, ayudándonos a conocer mejor a estos pequeños artistas. Escritura-dibujo-animación-información-grupo-integración-juego.

Actividad 3: Creación de un dibujo inspirados por la música.

Esta actividad multidisciplinar en la que interviene el dibujo y la música consiste en expresar mediante el trazo continuo el sentimiento que genera en ellos la música que escuchan. Está basada en la experiencia de Betty Edwards en su libro *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*. Es una actividad individual en la que los alumnos están trabajando en mesas

utilizando papel y rotulador azul o negro. Estos trazos no deben representar ninguna imagen concreta ni real, los alumnos sienten la música y garabatean, convirtiendo sus sentimientos en líneas continuas que se deslizan sobre el papel. Sobre este tema, conocemos una carta que el pintor Matisse escribió a Louise Aragón en la que le explica sus vivencias sobre los dibujos que él llamaba “variaciones”.

Cuando realizo mis dibujos, -variaciones-, el camino que sigue mi lápiz sobre la hoja de papel es, en parte, análogo al gesto de un hombre que busca su camino a tientas en la oscuridad. Quiero decir que no tengo nada previsto: me dejo conducir. Voy de un punto del objeto que constituye mi modelo a otro punto que veo siempre solo, independientemente de los otros puntos a los que mi pluma se dirigirá a continuación (Llorens, 2009, p. 155).

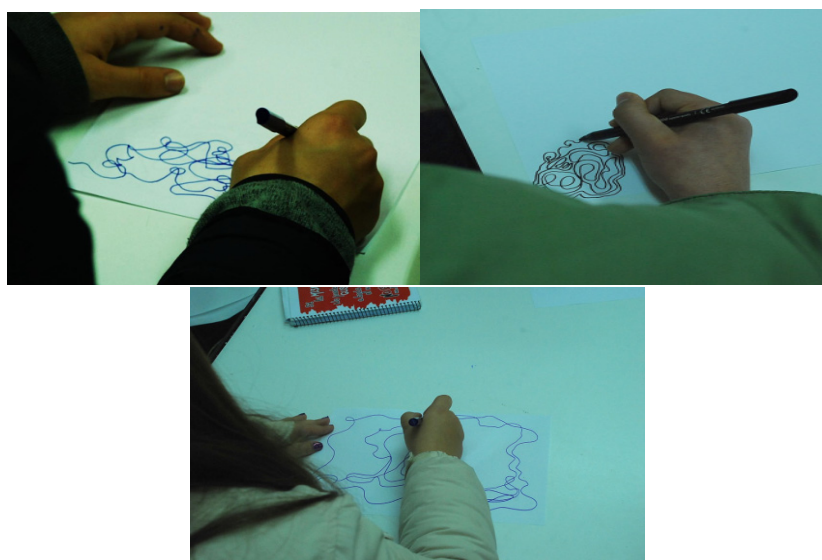


Imagen 6: Dibujando inspirados por la música. Elaboración propia.

Las músicas elegidas para esta actividad fueron “Kiss de Rain” de *Yiruma*, una de las piezas más conocidas del famoso pianista surcoreano, en estilo New Age y muy del gusto de estos jóvenes, y “Misread” del dúo noruego *Kings of convenience*, música clasificada entre indie pop y folk pop, basada en el sonido de sus guitarras acústicas y sus voces, a las que a veces añaden arreglos de cuerda y piano. Esta música también era conocida por algunos de los jóvenes y fue acogida por ellos con agrado. La experiencia la digitalizaron mediante un teléfono móvil.

Actividad 4: Dibujamos con un modelo y en silencio. (Tpo. 15 mntos)

Experiencia igualmente basada en la autora Betty Edwards. El objetivo de esta actividad es *aprender a ver* (mirar-aprender-ver) observando un modelo que en este caso es la mano contraria con la que dibuja el alumno/a, sin mirar el papel y en absoluto silencio. Los alumnos observan la mano-modelo y realizan con un solo trazo el dibujo de la misma, sin mirar el papel.

También del silencio nos habla la periodista Ana Fernández en su artículo “Del silencio al movimiento”; trata sobre el taller impartido en el Centro Andaluz de Danza de la Cartuja de Sevilla, por la bailarina ganadora del Premio Nacional de Danza, en 2010, María Muñoz, donde ella misma comenta que la técnica gira en torno al concepto de silencio, se centra en prepararse física y mentalmente para trabajar el movimiento con libertad. De ahí el título del taller, *El silencio y la posibilidad de imaginar*. La idea de la pausa en el movimiento; el parar para decidir lo que se va a hacer. Para mí, el silencio es una cuestión muy musical. Estamos tan entrenados para movernos que muchas veces no se estudian las pausas (Fernández, 2011).

Estas pausas a las que se refiere la bailarina María, nosotros las identificamos con cada parte de esa mano-modelo que estudia el alumno en riguroso silencio descubriendo cada pliegue de su piel, cada señal, cada entrante o saliente; es como si la mirada se convirtiera en un roce que identifica cada detalle de su propia mano, imaginando una silueta que va a plasmar sobre una superficie a la que no mira puesto que no es importante como sea esa línea plasmada sino el estudio del modelo que se consigue mediante la concentración a la que te lleva el silencio.

Lo importante no es el resultado sino desarrollar la capacidad de observación. El silencio consigue que cada alumno descubra su mundo interior y que afloren sentimientos y emociones a veces olvidados porque el silencio nos habla y nos hace pensar. Los alumnos pasan del silencio, al movimiento visual observando su propia mano y el movimiento del trazo creativo que plasman en un papel, naciendo de esta manera tal como nos dice la periodista Ana Fernández, una cadena de decisiones en las que participan las vivencias acumuladas, los sentidos y la posibilidad de imaginar.

Los materiales necesarios para el experimento son: un soporte de papel para dibujar y papel celo para fijarlo a la mesa; rotulador y teléfono móvil para capturar la imagen digitalizando su creación.

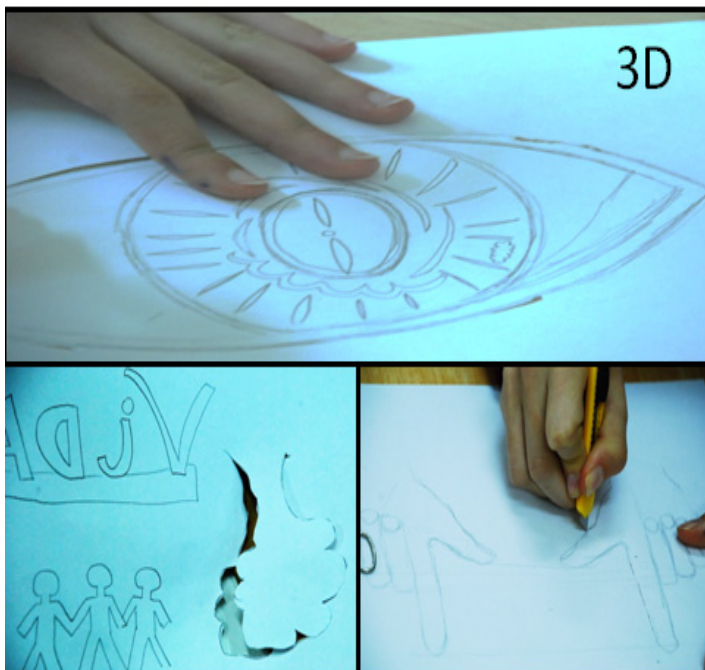


Imagen 8: Paso de bidimensional a tridimensional. Elaboración propia.

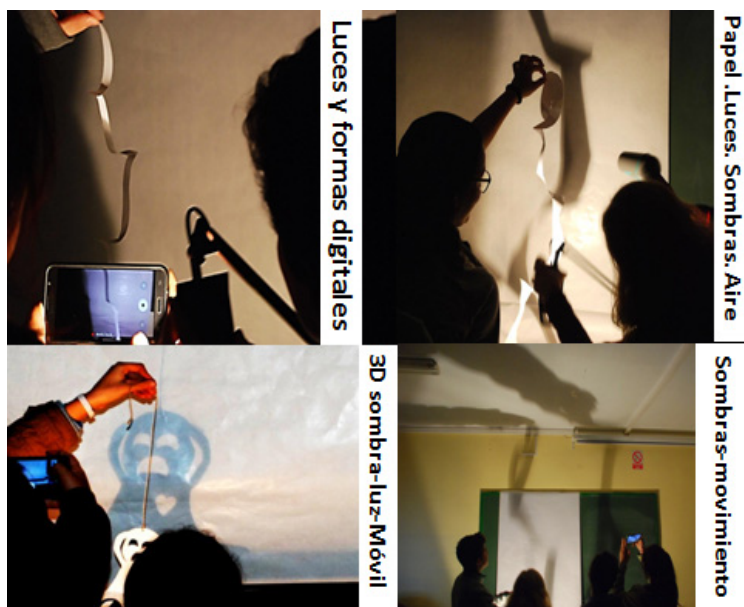


Imagen 9: Estudio de luces y sombras en formas tridimensionales. Digitalización. Elaboración propia.



Imagen 10: Jugando con luces, sombras y papel.

Smartphone. Formas. Sombras. Acción



Imagen 11: Aplicando luz, aire y fuego, proyectando sombras.

2.1. Segunda sesión. Aula de dinámica.

El aula se ambientó previamente, como en la sesión anterior. La sala de Dinámica tiene un amplio espacio para el movimiento. Dispone de dos grandes espejos que ocupan dos de las paredes, está insonorizada y tiene suelo de linóleo. Pedimos a los alumnos que fueran con ropa cómoda, vestidos totalmente de negro y en calcetines. Cuando entraron, la luz de la sala era tenue, suave. Se les invitó a sentarse en círculo en el suelo y se explicó la actividad y los materiales a emplear.

Actividad 6: Cadáver exquisito

Técnica de escritura, que más tarde llegó al dibujo y al collage, reinventada por los escritores surrealistas de principios del siglo XX, basada en un viejo juego de mesa llamado *consecuencias*, en el cual los jugadores escribían por turno en una hoja de papel, la doblaban para cubrir parte de la escritura, dejando ver tan solo la última palabra o frase, que continuaba el siguiente jugador al que se pasaba el papel.

La clase estaba preparada para la actividad, con un papel continuo de grandes dimensiones extendido en el suelo, situado justo delante de uno de los grandes espejos. Sobre este papel había otro papel enrollado que serviría para tapar cada dibujo que los alumnos fueran realizando.

Sentados los alumnos a ambos lados del papel continuo, que divide el aula en dos partes, separados del eje principal para que no pudieran ver la intervención de sus compañeros, se les pidió que fueran saliendo de uno en uno a dibujar en el papel, y que plasmaran allí lo que les sugiriese la música que se escuchaba. Cada vez que intervenía un alumno, al finalizar tapaba su dibujo dejando al descubierto tan solo una señal o huella que serviría de punto de inicio para el dibujo que realizara el siguiente compañero.

Los alumnos permanecen en total silencio escuchando la música, y cuando uno termina de dibujar, se levanta el siguiente para intervenir en el cadáver exquisito. Mientras dibujan se ven reflejados en el espejo, lo que les sirve de ayuda para imprimir un ritmo determinado a la ejecución de su trabajo. El material que utilizan todos son rotuladores negros del mismo tipo, distribuidos a lo largo del papel continuo, para conseguir dar unidad al cadáver exquisito.

Se comienza la actividad con música en directo interpretada al piano y se continúa escuchando música grabada. Todos los temas están previamente elegidos, y se procura que haya contraste entre las músicas utilizadas, para estudiar luego la relación entre las diferentes creaciones y la música escuchada.

1. Watermark de Enya (en directo, Piano)
2. Preludio nº 1 de J. S. Bach (en directo, Piano)
3. Riverflowus in your de Yiruma (en directo, Piano)
4. Essaouira de Sergio Cammariere
5. Spark Of Life de Marcin Wasilewski Trío
6. Song For Swirek de Marcin Wasilewski Trío
7. Mazurkas 1, 2 y 3 op. 33 de Chopin
8. My Heart Will Go On de James Horner, interpretada por Celine Dion (Banda Sonora de Titanic)



Cadáver Exquisito.

Imagen 12: Proceso creativo de un dibujo en grupo sobre papel continuo.

Susana Rotbard, terapeuta, docente, investigadora y creadora de la novedosa metodología *Terapéutica de la Imaginación Material Dinámica* (T.I.M.D.), en su libro *Psicosomática y creatividad*, nos habla sobre lo que ella denomina la terapéutica de la imaginación material dinámica, considerando, la imaginación material-dinámica un estado de conciencia que se activa a partir de acciones y sensaciones que surgen durante el contacto con la materia mientras se da la realización de una producción estética. En este caso, nuestros alumnos de altas capacidades, trabajan con diversos materiales y mediante la estimulación de los sentidos, surgen sensaciones (visuales, táctiles, de movimiento, de respeto a los compañeros, de espera del turno para dibujar, de curiosidad por descubrir el resultado) y estados corporales (sentados, de rodillas, concentrados en seguir las pistas dejadas por

el compañero anterior, ensimismados dibujando mientras sienten la música elegida) que pertenecen a estados emocionales y a sueños olvidados, recuerdos, ideas... El proceso de creación, según Rotbard, moviliza funciones psíquicas (percepción, imaginación, memoria involuntaria o afectiva) que contactan con las fuentes sensorio-motrices del pensamiento y la afectividad, generándose el denominado espacio onírico en vigilia, ampliando la terapia psicoanalítica gracias a la inclusión de la imagen en íntima relación con los sentimientos.

En este ejercicio de cadáver exquisito, los alumnos tienen la oportunidad de construir una imagen partiendo de la de un compañero, pero al estar tapada, no le influye la forma física pero sí el formar parte de un grupo de trabajo en el que hay una línea conductora dando paso a la integración de cada uno de estos alumnos de altas capacidades que forman parte de un proceso creativo relacionado igualmente con los sentimientos.

De esta forma, nos dice Rotbard, mediante la realización de creaciones, se genera un material que se puede analizar y que trasciende los límites de la palabra y además facilita el acceso a situaciones de la historia del individuo a las que la memoria no alcanza.

Las creaciones de estos alumnos de altas capacidades desarrollan un material que nos da la oportunidad de, una vez analizado en su contexto, conocer mejor a sus pequeños creadores y sus necesidades; permitiendo innovar en programaciones que los ayuden en su vida futura.



Imagen 13: El móvil como elemento creativo.

Actividad 7: Formas tridimensionales, simplificación y digitalización

Comenzamos sentados en el suelo, en círculo y se explica la actividad, que se realizará por grupos de trabajo, ya definidos en la sesión anterior.

Cada grupo elige su propia música para este ejercicio. Se les pide que creen una sencilla coreografía, y que salgan sucesivamente, uno tras otro, al ritmo de la música, y vayan ensamblando sus cuerpos formando progresivamente una escultura que, una vez creada, deben mantener durante un tiempo establecido, mientras se observa la forma tridimensional, la dibujan de forma simplificada y la digitalizan con sus móviles. Se les explica que todos ellos forman parte de una escultura, son componentes de la misma forma que se iba ensamblando con la unión de los diferentes cuerpos de los componentes del grupo.

Gomperzt (2013), nos habla sobre la idea cuando trasmite la forma de pensar de Marcel Duchamp y su forma de actuar, él quería cuestionar la misma idea de obra de arte, tal como la entendían los académicos y críticos, a los que veía como árbitros del gusto. Duchamp pensaba que eran los artistas los que tenían que decir lo que era y no era una obra de arte. Protestaba por el hecho de que el material: madera, mármol, metal, lienzo, hubiera dictado al artista hasta ese momento, en el que él convirtió un vulgar urinario en una escultura, como tenían que actuar en el proceso de hacer una obra de arte. Duchamp consideraba que el medio era secundario: lo principal y más importante era la idea.

Algunos grupos de alumnos/as crean esculturas con movimientos rítmicos y sonoros acordes con la música. Estas esculturas humanas se realizan frente al espejo, muy cerca del mismo, de manera que la imagen reflejada formara parte de la creación artística de los alumnos, que observan la simetría... Estas esculturas humanas, de bulto redondo, tienen la misma importancia desde todos los puntos de vista, algo que estos alumnos de altas capacidades perciben puesto que realizan sus dibujos de simplificación desde diferentes ángulos de la clase y teniendo en cuenta el reflejo del espejo.



Esculturas Humanas



Imagen 14: Cuerpos ensamblados frente al espejo.

Tabla 1: Simplificación mediante dibujos de formas tridimensionales inspiradas por la música.

| | |
|--|-----------------------------------|
| <p>Grupo 1 Escultura Armada por: Jose María Samuel Cristina Luna Música: Lean-On- Instrumental.</p> <p>Dibujo Simplificado</p> <p>1 → [Diagrama 1] 2 → [Diagrama 2] 3 → [Diagrama 3]</p> <p>Grupo 1</p> <p>[Diagrama 4]</p> <p>En movimiento</p> | <p>FIGURA</p> <p>[Diagrama 5]</p> |
| <p>Grupo 1. Integrantes: J.M., S., C., L. Música: Lean-On- Instrumental. Observaciones: Lineal, movimiento, frágil, transparente, huecos, equilibrio. Fuente: Posiblemente, esculturas de Bourgeois.</p> | |

Tabla 1: Elaboración propia.

Tabla 2: Formas tridimensionales en movimiento inspiradas por la música.

| | |
|---|--|
|  <p>DETALLANTES: - Ritmo - Forma - Línea - Espacio - Color - Materia</p> <p>MÚSICA: Wonderland (Caravan Palace)</p> <p>Grupo 2</p> |  |
| <p>Grupo 2: Integrantes:A.R.L.R.J.M. Música: Wonderland (Caravan Palace) Observaciones: palmadas, contacto, ritmo, movimiento., dibujos simplificados. Fuente: esculturas de Alexander Calder.</p> | |

Tabla 2: Elaboración propia.

Tabla 3: Creación de esculturas en bloque inspiradas por la música y simplificación.

| | | |
|--|--|---|
|  |  |  |
| <p>Grupo 3. Integrantes: P.,A.,G.,S. Música: Faded- Alan Walter. Observaciones: Contacto, formas cerradas, comunicación, unidad, bloque., dibujos simplificados. Fuente: Esculturas de Lorenzo Quinn.</p> | | |
|  <p>quieto Grupo 3</p> |  | |

Tabla 3: Elaboración propia.

Sobre el movimiento, recordamos la importancia y fascinación del escultor Rodin por el mundo de la danza. Actualmente, hasta el 22 de julio de este año 2018, el Museo Rodin expone su serie *movimientos de baile* formado por pequeñas esculturas de bulto redondo que en cierta forma nos recuerdan las posturas que nuestros alumnos realizan en sus coreografías. Estas pequeñas piezas de barro fueron creadas por Rodin en 1911 y nacen de la inspiración del artista en sus encuentros con bailarinas tan famosas como Isadora Duncan, o los integrantes del Ballet Real de Camboya u otras figuras japonesas. La exposición “Rodin, pasión por la danza” es una muestra de esculturas, dibujos y fotografías de Rodin pudiendo encontrar similitudes con nuestra metodología de trabajo llevada a cabo en esta actividad en la que los alumnos realizan esculturas en movimiento con su propio cuerpo que al mismo tiempo plasman otros alumnos mediante dibujos simplificados pasando más tarde a la digitalización de la obra tridimensional mediante el teléfono móvil. Las esculturas, dibujos y fotografías, hicieron descubrir el interés que tenía Rodin por el baile como fuente de inspiración a la hora de transmitir las tensiones del cuerpo humano y expresar su fuerza y equilibrio vital. (Mayor, 2018).

García Martín (2015) en su artículo *Imágenes que son miradas* dice: “...la del creador y la del escritor fascinado por el proceso de creación, a fin de separar la historia del arte de la historia de las imágenes” (p.92). El espejo es un juego perceptivo donde los artistas se enfrentan a su imagen distorsionada, proyectada en estos espejos de grandes dimensiones, Sobre las superficies de cristal, nuestros pequeños artistas graban con su mirada las creaciones escultóricas realizadas con sus propios cuerpos. Creando en ellos diferentes sensaciones tal como nos habla Elena Fernández Manrique (2018) en su artículo *Puertas para viajar a otra realidad* sobre la obra del artista Fernando Sinaga:

La primera vez que vi esta obra instalada no quería mirarla demasiado porque me devolvía una imagen de mí misma que me inquietaba. Tiene una presencia muy fuerte, casi hinóptica y que atrae; es como un centro de gravedad que adsorbía tu propia energía para proyectarla hacia otra dirección. Aunque no se si se trata de una situación real o producida por la manera en que nuestros ojos ven la realidad.” (p.98).

Fernando Sinaga reflexiona sobre el espejo y la óptica, ya que para él la realidad es un espejo de nuestras realidades y posibilidades,



Imagen 15: Nos reflejamos en el espejo.

Las músicas elegidas por los diferentes grupos son todas de últimas tendencias, bailables, exóticas, sensuales, que aúnan tradición y experimentación:

- *Grupo 1 Lean-on* (Instrumental) **de MajorLazer** (grupo estadounidense). Esta banda está representada por un personaje animado de ficción que lucha contra vampiros y monstruos y hasta con un Hoverboard impulsado por un cohete. Lean-on ha sido un éxito mundial llegando a ser la canción más escuchada en Spotify y su vídeo musical es uno de los más vistos en Youtube. Es un tema electrónico, de género “moombahton”, mezcla de house y reggaetón, con influencia india.
- *Grupo 2 Wonderland de Caravan Palace* banda francesa de electro-swing. El estilo de música de este grupo, que cuenta con la original voz de Colotis Zoé y que incluye guitarras, violines, contrabajo, vibráfono o clarinete, además de sampler, es una innovadora propuesta que aúna el pasado con el futuro, de una forma muy natural, adaptando su sonido a base de sintetizadores. El resultado es elegante y de gran calidad. Son conocidos como “los apóstoles del Swing”.
- *Grupo 3 Shape of You de Ed Sheeran* compositor, cantante y guitarrista británico. La canción Shape of You (Forma tuya) fue lanzada el 6 de enero de 2017. Tema de música electrónica, con órganos sampler, sintetizador y caja de ritmos, que mezcla dancehall y ragga.

3. Conclusiones

La inteligencia emocional es aquella capacidad que tiene el ser humano para armonizar lo emocional y lo cognitivo, con el objetivo de comprender, controlar, expresar y analizar las emociones que experimenta dentro de sí y en su relación con los demás. Esa inteligencia, nos permite resolver problemas de forma creativa e interactuar con el entorno y las personas de forma útil y eficaz (López, & al., 2017). Según Goleman (1996), engloba habilidades tales como el control de los impulsos, la autoconciencia, la motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la empatía... El déficit de la misma repercute en muchos aspectos de la vida cotidiana. Balseira y Gallego (2010) además del marco teórico de la inteligencia emocional exponen cómo ha evolucionado el concepto de “inteligencia” describiendo las principales teorías de la emoción que a su juicio mejor aplicabilidad tienen en la enseñanza de la expresión artística en conjunción con las tecnologías móviles.

En relación a la dinámica del taller, podemos concluir que las ideas sobre cada sesión-audición son compartidas en pequeño grupo, contando al final con unas propuestas de grupo-clase sobre las actividades, dibujos, esculturas y coreografías donde se remarca con las imágenes captadas con los smarthphone las emociones y expresiones, la profunda simbología de cada obra. Además, se graban en imágenes los gestos y en vídeos las escenas de movimiento, reconociendo y valorando las expresiones individuales y diferentes de los participantes.

Los chicos y chicas, manifiestan sentirse unidos y la transmisión de energía positiva. Comparten la progresiva evolución de su pensamiento sobre el significado de las obras generadas de forma individual y colectiva, a medida que se es más consciente de la cohesión grupal y que cuentan con más datos internos y externos para su contextualización (Gómez, 2000), lo que aumenta significativamente su implicación emocional en la experiencia, sintiéndose como verdaderos prosumidores de los medios y no como consumidores pasivos (Ferrés, Masanet & Marta, 2013). La experiencia en la última audición presenta un carácter holístico, aunque han sido necesarias sucesivas aproximaciones para entender el mensaje de este taller de sensibilización musical.

En definitiva, el estudio abordado muestra cómo la inteligencia emocional se puede educar a través de la expresión plástica-musical con recursos tecnológicos móviles. Por ejemplo, cuando nosotros estamos creando, escuchando y/o produciendo la obra, podemos identificar nuestras propias emociones. Trabajamos con las manifestaciones artísticas como vehículo de comunicación para dejar aflorar las emociones, saber detectarlas, etiquetar correctamente nuestros propios estados emocionales, regularlos y aprovecharlos constructivamente. Cuanto más profundo sea el conocimiento de lo

que experimentamos, mejor podremos interiorizarlo y expresar lo que sentimos. Durante la experiencia el recurso integrado de creación artística, plástica, musical y smarphone nos ha permitido generar estados íntimos, al tiempo que relacionales con los otros. Nos sugiere diferentes estados, tal polarizados como, fiesta, tragedia, serenidad, alegría, tristeza...

Entre los resultados de la experiencia, se pueden destacar:

Las actividades resultaron muy motivadoras para el alumnado ya que se vieron inmersos en sus propias creaciones y se sintieron como pequeños artistas; el tiempo no existía para ellos.

Al terminar el taller, los padres esperaban fuera y ellos no tenían prisa. Intercambiaban fotos de sus obras, se repartían los trabajos en papel y crearon rápidamente un grupo de WhatsApp para mantenerse en contacto, con lo que se consiguió el principal objetivo: la integración y cohesión de grupo a través de la creación artística.

En este taller para el desarrollo de la creatividad, en el que crearon formas tridimensionales, realizaron movimiento corporal expresándose en el espacio, eligieron y disfrutaron de sus propias músicas, las de su vida cotidiana, y digitalizaron sus creaciones, fundiendo sus gustos e intereses con los de los compañeros; pensamos que les ayudó a ampliar horizontes, a ver más allá.

Subrayamos, por tanto:

- La predisposición y participación activa del alumnado.
- El desarrollo de propuestas comunicativas y creativas en equipo.
- La creación de sentimiento de cohesión de grupo y la socialización.
- La utilización de los dispositivos móviles como elemento de comunicación y reflejo de su identificación individual y de grupo en la sociedad.
- La importancia de la formación del profesorado en el trabajo con alumnado de altas capacidades.

Abordar las altas capacidades desde la integración que inspira las inteligencias múltiples y la educación emocional nos ha permitido adentrarnos en el conocimiento de nosotros mismos y de los demás, en la comunicación con nuestros semejantes, en la apreciación del mundo y de sus manifestaciones... nos ha hecho mirar, aprender y ver, en definitiva, nos ha permitido crecer.

Referencias bibliográficas

- Aranzazu, G. G. & Gutiérrez, J. I. (2010). Desafíos de la diferencia en la escuela. Segunda propuesta: El Desafío del pensamiento. Guía de orientación para la inclusión de alumnos con necesidades educativas especiales en el aula ordinaria, 69-110.
- Balsera, F. & Gallego Gil, D. (2010). Inteligencia emocional y enseñanza de la música. Barcelona: Dinsic, Publicacions Musicals.
- Bernal Acuña, M. J. (2018). Pequeños creadores con altas capacidades. En C. Gaona (Coord.) Temáticas emergentes en innovación universitaria (pp. 57-70). Madrid: Tecnos.
- Bernal Acuña, M. J. y Sánchez Alarcón, A. (2018). Aprender a ver en educación secundaria. Aula nº162, junio, 2007, pp. 91-95.
- Bernal Acuña, M.J. (2017). Una propuesta didáctica. El dibujo como principio fundamental en el proceso creativo de las formas tridimensionales y su praxis. (Tesis inédita), Universidad de Sevilla.
- Bilbao, A. (2015) El cerebro del niño explicado a los padres. Barcelona: Plataforma Editorial.
- Bocángelus, E. (2018). La importancia de la oscuridad y la luz. Descubrir el arte, nº 232. Madrid: Art Duomo Global S L. p.98.
- Bruner, J. (2001). El proceso mental en el aprendizaje. Madrid: Narcea.
- Copland, A. (1994). Cómo escuchar la música. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Cruz, R., Ordoñez, R., Román, S. & Pavón, F. (2016). Buenas prácticas que desarrollan la competencia mediática en entornos socioeducativos. Good practices for the development of media competences in socioeducational contexts. Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación (48), 97-113 doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixel-bit.2016.i48.07>
- Edwards, B. (2005). Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro. Barcelona: Urano.
- Eisner, E. (1995). Educar la visión artística. Barcelona: Paidós Ibérica
- Fernández Manrique, E. (2018). Puertas para viajar a otra realidad. Descubrir el Arte, 229, p.98. Madrid: Art Duoma Global S.L.
- Fernández, A. (2011). Del silencio al movimiento. Sevilla: Diario de Sevilla.

- Ferrés, J. & Al. (2011). Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España. Madrid: Ministerio de Educación.
- Ferrés, J., Masanet, M.J. & Marta, C. (2013) Neurociencia y educación mediática: carencias en el caso Español, *Historia y Comunicación Social*, 18, 129-144 doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44317
- García Martín, P. (2018). Imágenes que son miradas. Descubrir el arte, 232, p. 92. Madrid: Art Duomo Global, S.L.
- Gardner, H. (2005). Inteligencias múltiples. La teoría en la práctica. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Gil Arévalo, J. (1986). Relación ambiental y entorno orgánico de elementos tridimensionales en su dinámica compositiva. (Tesis inédita), Universidad de Sevilla.
- Goleman, D. (1996). La Inteligencia Emocional. Barcelona: Vergara Ediciones.
- Gómez, J. L. (2000). Mi hijo es sobredorado. Y, ¿ahora qué? Madrid: EOS.
- Gomperzt, W. (2013). ¿Qué estas mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos. España:
- Llorens, T. Comisario (2009). Catálogo. Matisse: 1917- 1941. (9 de junio_20 de septiembre 2009). p, 155. Museo Thyssen Bornemisza, Madrid: Patronato de la fundación Thyssen Bornemisza.
- López, L.; Cruz, M.R. & Román, S. (2017). Buenas prácticas en competencias mediáticas y altas capacidades, en A. Gutiérrez Martín, A., García Matilla y R. Collado Alfonso (Eds.) (2017). Actas del III Congreso Internacional de Educación mediática y competencia digital (mayo -junio, 2017). Valladolid: Universidad de Valladolid. (pp. 3051 - 3059), Recuperado de <http://www.educacionmediatica.es/inscripcionycomunicaciones>
- Maibaum, W. y Com, C. 2011(Comisarios). Las esculturas de Edgar Degas. IVAM. Recuperado de <https://www.ivam.es/wp-content/uploads/Degas.es>
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual), IIPSI.9(1) Facultad de Psicología UNMSM pp 123-146.
- Mayor, D. (2018). Paris. Rodin pasión por la danza. Revista Descubrir el Arte, 231, p.10. Madrid Edita: Art Duomo Global.
- Ortega y Gasset, J. (2004). Obras completas, I. Ed. Madrid: Taurus.

- Peña, A. M. (2001). Concepto de Superdotación. Aspectos Psicológicos, personales y sociales. *Aula Abierta* (77), 59-76.
- Renzulli, J.S. (1978). What Makes Giftedness? Reexamining a Definition. *Phi Delta Kappan*, 60(3). 180-184.
- Rotbard, S. (2010). *Psicosomática y creatividad. Terapéutica de la imaginación material-dinámica (T.I.M.D.)* Madrid: Lugar Editorial.
- Taylor S. J. & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Nueva York:Wiley.
- Yacuzzi, E. El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación. Recuperado de <https://www.econs-tor.eu/bitstream/10419/84390/1/496805126.pdf>

DIFERENCIAS DE GÉNERO EN LA RELACIÓN SOCIOAFECTIVA VIRTUAL E IMPLICACIONES EDUCOMUNICATIVAS EN LA RED TINDER

D. Óscar Mesa-Medina

Escuela Superior de Comunicación y Marketing de Granada, España

Dr. Rafael Marfil-Carmona

Universidad de Granada, España

Resumen

Las nuevas tecnologías condicionan enormemente las relaciones interpersonales en todos los ámbitos de la vida. En bastantes ocasiones, resulta prioritario lograr una buena imagen previa en las redes sociales para tener ocasión, posteriormente, de demostrar esos valores en la realidad. Sin embargo, ninguna de estas herramientas cambia factores fundamentales de la personalidad: actuamos en redes tal y como nos gustaría hacerlo en la vida real, aunque en ésta el miedo o la timidez actúen como filtros. El éxito social y la imagen de marca personal parecen estar en juego.

En este trabajo se ofrecen los resultados de un estudio sobre las interacciones socioafectivas que se producen en la aplicación geosocial Tinder, con especial atención a micromachismos, roles de género y a la representación de lo que puede considerarse un ‘escaparate virtual’ ante los demás. Se ha realizado un proceso de observación participante, catalogando diferentes formas de comportamiento y percepción. Al ser una aplicación que funciona con geolocalización, se ha trabajado con perfiles a menos de 100km de Granada (España), ciudad desde la que se ha realizado el estudio, analizando tanto el contenido de los mensajes y la información de esos perfiles, como sus reacciones a diferentes estímulos. La investigación ha puesto de manifiesto los roles de género y la influencia de los valores sociales imperantes, detectándose una serie de patrones comunes a la hora de relacionarse, en los que el sexo como objetivo no es lo esencial. Las interacciones socioafectivas y los valores sociales tienen, sin duda, su reflejo en la red.

Palabras claves

Redes sociales, micromachismos, Factor Relacional, relaciones socioafectivas, Educación Mediática.

1. Introducción y justificación

Las nuevas aplicaciones comunicativas, que gran parte de la sociedad asume como necesarias, condicionan enormemente las relaciones interpersonales en todos los ámbitos, desde la familia hasta la relación entre iguales. Su incidencia es fundamental en la juventud y en su forma de comprender el mundo y un nuevo modelo social que evoluciona a gran velocidad. El factor relacional es clave en una ciudadanía prosumidora, es decir, la organización social ha experimentado “... un cambio básico desde el papel de consumidor pasivo al de prosumidor activo” (Toffler, 1980, p. 178), una perspectiva de trabajo explorada frecuentemente en la Educomunicación (Aparici & García-Marín, 2018; García-Ruiz, Ramírez García & Rodríguez Rosell, 2014; Hernández-Serrano, Renés-Arellano, Graham & Greenhill, 2017; Sánchez-Carrero & Contreras-Pulido, 2012).

Para comprender esa transformación y el permanente vínculo en red, resulta fundamental asimilar las bases del conectivismo (Siemens, 2004), así como la idea de proceso continuo, planteada por la pedagogía constructivista. En concreto, la “... reconstrucción de la actividad psicológica en base a las operaciones con signos” (Vigotsky, 1988, p. 94). En este sentido, hay que tener presente que la tecnología, portadora y generadora del inmenso imaginario semiótico, hace posible el continuo vínculo con los demás. Aprender no es una tarea solitaria en la cultura digital:

Este aprendizaje no es un itinerario único e individual, avanza en la interacción con los otros y con su entorno sociocultural. La tecnología como mediación facilita este aprendizaje porque permite que el sujeto trace sus propias vías de descubrimiento que confronta y comparte con otros discentes por medio de diferentes espacios colaborativos en la red. (Marta-Lazo & Gabelas, 2016, p. 35)

En ese uso diario y constante aprendizaje, es prioritario lograr una buena imagen previa en las redes sociales para tener ocasión de mostrar ese valor en la realidad, convirtiéndote en “una posibilidad de elección” (Noceda Casado, 2015, p. 16). Se puede afirmar que si “... la industria convencional necesita el apoyo de una industria del deseo” (Ferrés, 2008, p. 53), la propia imagen personal está claramente vinculada a esos procesos de seducción, resultando el caso de la red social Tinder⁴, aplicación de encuentro centrada

⁴<https://tinder.com> (Fecha de consulta: 02/02/2018). NOTA: Este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto I+D, del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): Prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas en contextos múltiples”, con referencia ID 812355207-55207-4-14.

en encontrar pareja, un ejemplo absolutamente directo de esta mentalidad. De ahí la pertinencia de su estudio, en la línea de investigaciones recientes (Bonavitta, 2015; Fernández Fernández, 2017), que se une a una amplia cantidad de trabajos sobre las redes sociales y la transcendencia de lo que puede considerarse una “educación para el mercado” (Reig & Mancinas-Chaves, 2013), además de las estrategias globales de comunicación en redes concretas (Nicolás Ojeda & Grandío Pérez, 2012; Román-García, Almansa-Martínez, & Cruz-Díaz, 2016).

Hoy tenemos una red social para relacionarnos en cada materia. Aplicaciones sociales como Facebook, Twitter o Instagram, laborales como LinkedIn, comerciales como Wallapop y, en un ámbito más íntimo, aplicaciones como Tinder o eDarling generan conexiones con desconocidos para establecer lazos socioafectivos.

Sin embargo, estas herramientas no alteran los factores fundamentales de la personalidad: actuamos *online* tal y como nos gustaría hacerlo en la realidad, aunque en ésta el miedo o la timidez actúen como filtros. En este sentido, los roles de género o el acervo cultural se mostrarán de igual forma a través de los avatares que nos representan en la Red. En ese proceso de construcción, no obstante, a veces estamos ante la representación creativa de una realidad identitaria descontextualizada:

Desde esta perspectiva, resulta interesante ver la manera como al construir una representación, quizás ideal, el individuo está organizando su identidad basándose en características, reales o no, como si se tratase de un mensaje que va a ser decodificado; es decir, que el proceso de la creación de la identidad virtual es un proceso consciente y no formado con el paso del tiempo, la socialización y la experiencia. (Aguilar Rodríguez y Said Hung, 2010, p. 195)

Nuestra imagen de marca siempre está en juego en la Red, necesitada de elogio y temerosa con la crítica a que pueda ser sometida. Quizá un riesgo de estas relaciones virtuales sea, precisamente, crear un personaje que termine consumiendo a la persona, pues “... se acostumbra a extrapolar los términos virtual y real anejando el concepto de la virtualidad casi desde una perspectiva de fantasía” (Aguilar, 2010, p.198). Las relaciones virtuales pueden derivar en una sustitución de las interacciones reales, en ocasiones con personas cuyas carencias vitales tratan de llenar en la Red (Echeburúa Odriozola, 2012, pp.440-441).

Este trabajo, centrado en una red social concreta, se ha desarrollado desde una perspectiva etnográfica, es decir, de inmersión e interpretación cultural identificando creencias, valores y costumbres “... según los tiempos y lugares” (Geertz, 1988, p. 44), pero centrada la identificación de valores esencialmente juveniles (Cerri, 2010). Las actitudes observadas son un reflejo de las interacciones afectivas con desconocidos que pueden producirse

fuera de ella. Se muestra una introversión creciente en una sociedad cada vez más individualista y alienada.

Además, se reflejan los roles de género derivados de una cultura patriarcal, donde se reservan para él, por ejemplo, los primeros pasos y la iniciativa, tal y como se ha venido afirmando en el ámbito de los estudios de género sobre este campo de investigación (Alonso-Ruido, Rodríguez-Castro, Lameiras-Fernández & Carera-Fernández, 2015; Espinar Ruiz & González Río, 2009; Estébanez & Vázquez, 2013; Rosser Limiñana, 2017) o las investigaciones que tienen que ver con la personalidad y la identidad en redes (Pérez-Torres, Pastor-Ruiz & Abarrou-Ben-Boubaker, 2018). Destacan también las actitudes de unas nuevas generaciones que son, aparentemente, más superficiales y parecen estar dominadas por la cultura de la imagen. No hay demasiado interés por los aspectos que subyacen bajo la imagen física, donde ésta es suficiente para realzar el ego. En ese permanente proceso de creación y percepción, se debe interpretar con gran intuición qué es construcción o qué es simulacro, siguiendo la terminología de Jean Baudrillard (2005) aplicada por Néstor García Canclini al estudio de campo y la retórica textual (1991).

En resumen, trabajar el factor relacional es actualmente un punto de partida en Educación Mediática. Resultan fundamentales las relaciones socioafectivas y familiares mediante las TICS, pues buena parte de esos vínculos son virtuales, por lo que es completamente necesario educar para un uso adecuado de las mismas que no aliene al usuario, persiguiendo la utilización saludable y respetuosa de herramientas como Tinder.

Las costumbres sociales están cambiando y, con ellas, la educación formal y no formal. En este caso, el principal peligro asociado a la aplicación es sustituir las interacciones reales, así como que la consolidación de un autoconcepto vacío que se apoya en el éxito o fracaso en una red. Por ejemplo, relacionando los resultados académicos con las relaciones en redes sociales, puede verse que “... los estudiantes que permanecen más aislados en la Red tienen mayor probabilidad de obtener malos resultados académicos y abandonar los estudios” (Landazábal, Olarte, Cabrera, & Verano, 2009, p. 231). Ese autoconcepto también tiene relación con otros muchos factores, evidenciados en esta red social.

2. Objetivos

Los objetivos de esta investigación se centran en los patrones de relación y el uso adecuado de la red social Tinder:

1. Realizar un estudio de las interacciones y los perfiles presentes en esa red, con especial atención a los micromachismos y a las diferencias de comportamiento entre varones y mujeres.

2. Destacar la importancia del factor relacional y el uso adecuado de las herramientas necesarias desde la perspectiva de la Educación Mediática.
3. Encontrar patrones relacionales en las interacciones que se producen en esta aplicación.

3. Metodología

Planteada como estudio de caso, esta investigación centrada en la red Tinder responde a la necesidad de aprender sobre esta plataforma en particular, pero también sobre el problema general de identidad, relación y presencia en redes. Por ello, se atiende a la relevancia en la selección del estudio y a esa dimensión particular y general, tal y como explica Robert Stake (2007, p. 16).

Sin embargo, aunque se trata de la aplicación de un estudio etnográfico, basado en la observación participante no identificada (anonimato y no declaración de intenciones investigadoras), se integra la dimensión cualitativa y cuantitativa. Esta última es fundamental para la valoración de cada variable o unidad de observación (Sierra Bravo, 2002, p. 45). La integración de los dos enfoques constituye un proceso de enriquecimiento mutuo, que integra valoración y medición, siendo esta última la que aporta para la estadística como “herramienta indispensable” (Igartua y Humanes, 2010, p. 97).

Aplicando la imprescindible mirada inocente de la antropología (Barley, 1983), pero teniendo claro que la inmersión se realiza en una cultura propia, cercana en sus códigos, Tinder y sus usuarios como objeto de estudio se han analizado desde una clara perspectiva etnográfica, fundamentada en la inmersión que permite el proceso dialógico de una red social. Todo ello, además, teniendo claro que la etnografía digital y la investigación antropológica no puede estudiar la tecnología como algo separado de la vida (Ardèvol & Lanzeni, 2014; Cruz, Ordoñez, Román & Pavón, 2016).

De hecho, lo que ocurre a través de las pantallas conforma nuestra propia realidad social. Por ello, dentro de la propia aplicación se ha mantenido una postura participativa, interactuando con los usuarios y catalogando sus formas de comportamiento. Todo ello como parte de un mismo producto cultural, teniendo en cuenta las bases de la investigación antropológica (Fernández-Fígares, 2003; Malinowski, 1975).

Se ofrecen, pues, datos numéricos y la síntesis de los principales resultados, centrados en las diferencias de género. Al mismo tiempo, se analizan cualitativamente aspectos clave. De esta forma, se pueden evaluar circunstancias que perderían algunos matices en un tratamiento exclusivamente cuantitativo.

3.1. Justificación de la muestra

Se propone un análisis que abarque únicamente a los usuarios de la aplicación presentes en la provincia de Granada en el momento del estudio, pues Tinder está basado en la geolocalización. De otra forma hubiera sido difícil facilitar que los usuarios puedan quedar presencialmente tras la interacción virtual.

La muestra abarca usuarios tanto femeninos como masculinos, estudiados desde perfiles del sexo contrario. Se ha trabajado con perfiles a 100km o menos del dispositivo móvil utilizado y con una franja de edad entre los 18 y los 45 años. Los perfiles aparecen por cuestiones de afinidad, distancia y otras variables que contabilizan los algoritmos de la aplicación.

También se ha realizado un análisis de imágenes en perfiles, mediante usuarios creados con fecha 15 de enero de 2018: 3.100 perfiles femeninos y otros 3.100 masculinos, aparecidos como propuestas de relación en esta red. Tras pulsar el botón ‘like’ a todos los perfiles, finalmente, se ha interactuado y estudiado en profundidad una muestra de 50 chicas y 50 chicos con los que se ha establecido una conexión mediante los ‘match’ – coincidencia recíproca de ‘like’ en los dos perfiles que abre un chat para interactuar –, adecuado a los propósitos de la investigación. Al llegar a los 3.100 perfiles visualizados, en el perfil femenino había muchas más coincidencias en forma de ‘matches’, que se han desechado una vez llegado al número de cincuenta, al objeto de mantener el equilibrio comparativo.

3.2. Diseño de los perfiles de usuario

A fin de llegar a ambos sexos se ha creado un perfil femenino y otro masculino lo más completos posible. La elección de fotografías y descripción se ha hecho basándose en una investigación previa de perfiles tipo que aparecen en la Red. Se ha mantenido el anonimato de esas imágenes.

En ningún momento se ha desvelado a los usuarios que han interactuado con los perfiles del estudio que se estaba realizando una investigación. Tan solo se les ha informado en el momento de conocerlos presencialmente, pues ver si aparecían en el lugar de encuentro y si se correspondían con su perfil. Se evitaba así la influencia en los comportamientos de los usuarios estudiados, manteniendo no obstante el absoluto anonimato de los mismos y de su comportamiento y perfiles. Por este motivo, en este trabajo no se aportan imágenes ilustrativas.

Perfil masculino. Mario, 25 años. Se ha optado por una persona atractiva y con buena presencia. Se han incluido cinco imágenes – plano medio, tocando la guitarra, con amigos de fiesta, foto de un viaje y foto con un animal

–, acompañadas de una descripción creativa y breve. Se han enfocado las conversaciones desde un punto de vista alegre y sin intención clara.

Perfil femenino. Paula, 25 años. También se ha elegido una persona atractiva y con buena presencia. Se han incluido cinco imágenes – ‘selfie’ sonriente, de espaldas en la playa, con un monumento, imagen artística en el campo, ‘selfie’ con una amiga –. En la descripción se ha pretendido una imagen profunda con algún toque de humor. Igualmente, se han enfocado las conversaciones desde un punto de vista alegre y sin intención clara.

3.3. Observación participante

Se ha realizado una observación participante entre el 15 de enero y el 15 de febrero de 2018, con el propósito de obtener conclusiones de las interacciones y catalogar diferentes formas de comportamiento, cuya síntesis de resultados se estructura atendiendo al perfil masculino y al femenino, una perspectiva que pretende localizar roles de género y que es también una vía para detectar micromachismos. Igualmente, se han analizado el contenido de los mensajes, las intenciones y formas de actuar de los usuarios con que se han establecido conexiones, así como la información que presentan en sus perfiles. En definitiva, se ha valorado cómo actúan otros usuarios con los personajes creados.

3.4. Variables de la investigación

En la observación realizada se ha atendido prioritariamente a la presencia de machismo, patrones de conducta y roles de género, consideradas como variables principales vinculadas al objetivo principal del estudio. Se plantean varias preguntas:

- ¿Es la aplicación un mercado virtual donde “vender” el cuerpo o una herramienta para interactuar sin que el sexo ocupe un primer, y casi único, plano?
- ¿Se interactúa con los roles de género aprendidos culturalmente?
- ¿Existen micromachismos generalizados en las interacciones?
- ¿Existen acoso y actuaciones violentas? ¿Son generalizadas?

4. Resultados

4.1. Análisis de los perfiles

En primer lugar, se exponen los resultados de los perfiles femeninos que han aparecido al perfil creado, ‘Mario’, se haya tenido interacción con ellos o no, en total 3.100 perfiles. La aplicación permite buscar perfiles del

mismo género, aunque se ha preferido de esta forma pues los perfiles masculinos se observarán desde el perfil femenino, 'Paula'. Este modo de organización excluye la presencia de relaciones homosexuales en beneficio de analizar dos muestras unificadas y diferenciadas en el rol de género, quedando una exploración de otro tipo de relaciones para futuras investigaciones. Hay que tener presente que la creación de un perfil es un medio para conseguir el acceso a información muestral. No obstante, esta circunstancia es importante a la hora de tener en cuenta los resultados de esta investigación.

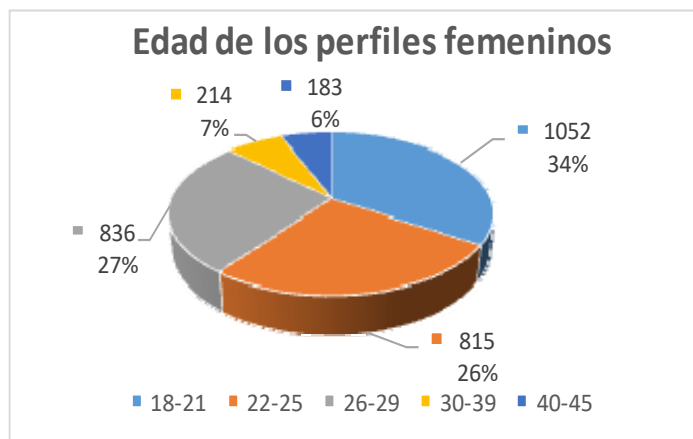


Figura 1: Edad de los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

Mayoritariamente, las usuarias observadas afirman tener una edad comprendida entre los 18 y los 25 años. Por franjas de edad, 1052 perfiles (el 34%) con menos de 21 años y 815 (un 26%) entre 22 y 25 años, mientras que apenas un 13% superaba los 30 años. Se han observado perfiles que aparentaban menos de los 18 años que afirmaban tener, aunque salvo en un caso, que ha interactuado con el perfil de Mario, no se ha podido confirmar este dato. Quizá sería necesario implementar mecanismos de control evitando que los menores usen la aplicación (Figura 1).

Entre los perfiles masculinos, la mayoría afirma tener una edad comprendida entre los 21 y los 29 años (66%). La media de edad del perfil masculino es superior en 1 año al femenino. No se han observado perfiles masculinos que aparenten ser menores de edad (Figura 2).

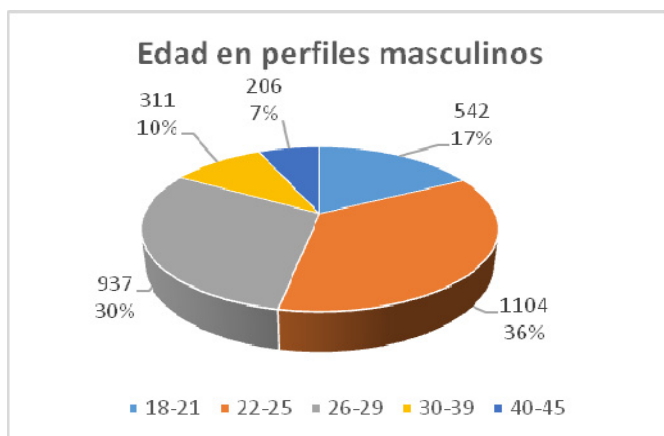


Figura 2: Edad de los perfiles masculinos. Fuente: elaboración propia.

Descripción personal

La mayoría de perfiles femeninos carecían de una descripción personal en su perfil (36%) o bien ésta era muy breve (32%). Pocas usuarias proporcionaban una descripción compleja. Por su parte, en los masculinos, la mayoría de perfiles contaba con descripción, ya fuera breve (43%) o elaborada y descriptiva (34%). Ellos aportan, por tanto, más datos identificativos (Figuras 3 y 4).

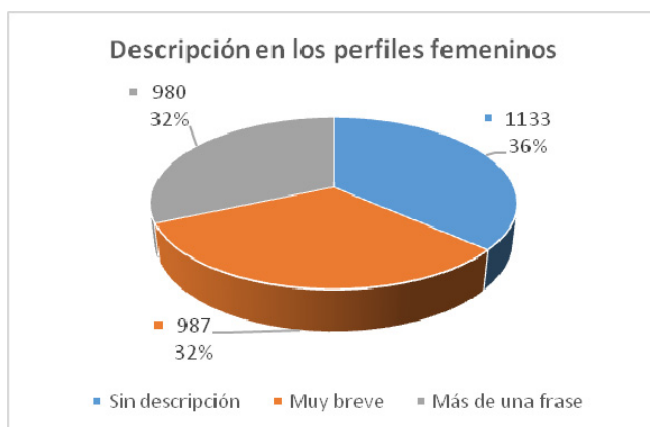


Figura 3: Descripción de los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

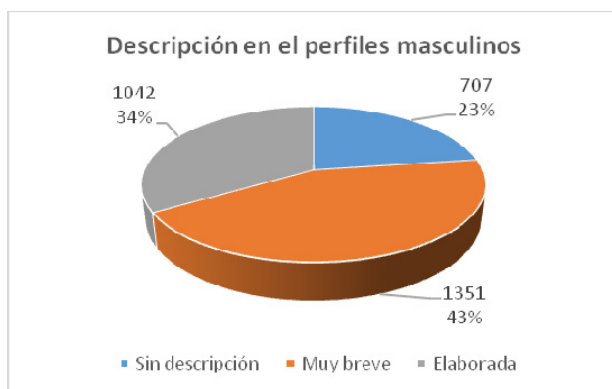


Figura 4: Descripción de los perfiles masculinos. Fuente: elaboración propia.

Imágenes en los perfiles

En cuanto a imágenes, el 64% de los perfiles femeninos contaban con un mínimo de cuatro imágenes, porcentaje menor (50%) en los perfiles masculinos. En principio, las chicas utilizan un mayor número de fotos, aunque el uso de imágenes varía profundizando en el análisis. El 24% de perfiles femeninos tenían entre 1 y 3 fotografías, siendo esta franja moderada bastante más recurrente en perfiles masculinos, con un 42%. Son similares los porcentajes de uso de una sola imagen (11% en perfiles femeninos y 8% en masculinos). Estos datos indican la variabilidad interna de cada submuestra, aunque parece que el uso de la imagen es más recurrente en ellas.

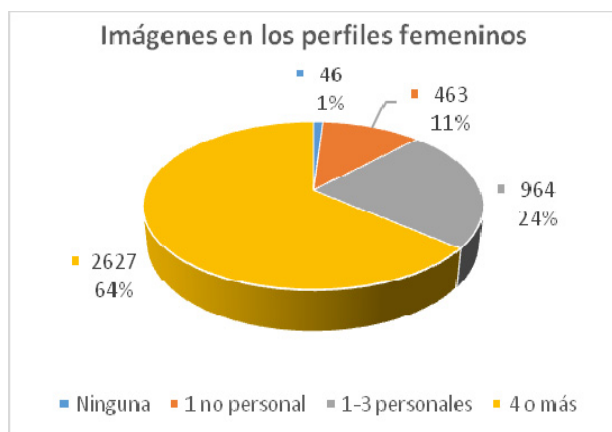


Figura 5: Imágenes en los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a imágenes de los perfiles masculinos, un 50% contaba con un mínimo de tres imágenes, un 42% tenían 1 o 2, un 8% perfiles tenían una sola imagen donde no aparecían. Solo 2 perfiles carecían de imagen (Figura 6).

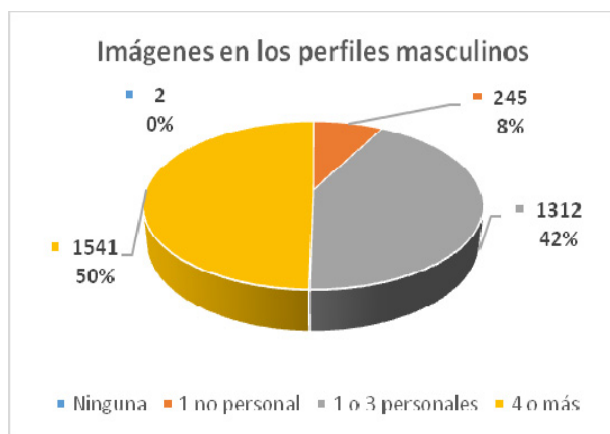


Figura 6: Imágenes de los perfiles masculinos. Fuente: elaboración propia.

Contenido de las imágenes

El contenido de las imágenes se ha clasificado indicando cuántos perfiles contaban, al menos, con una imagen de cada categoría (Figuras 7 y 8):

- Imágenes descriptivas de la personalidad: deportes, actividades, naturaleza, instrumentos, disfraces. Ligeramente superior en los perfiles masculinos, con un 35% frente a un 27%.
- Imágenes de sí mismos pretendidamente artísticas. 9% en los perfiles femeninos y 2% en los masculinos, luego hay algo más de esmero por la estética de la imagen en las chicas.
- Imágenes artísticas donde no aparecen. Algo superiores en número en los perfiles femeninos.
- Imágenes generadas por apps como Snapchat (ediciones y memes), también superior en los perfiles femeninos.
- Imágenes sensuales mostrando receptividad. 2023 perfiles femeninos, aproximadamente el doble que el masculino.

- Imágenes de contenido provocativo, claramente superior en perfiles masculinos (45) que en femeninos (5).
- Imágenes mostrando su estatus socioeconómico, superior en los perfiles masculinos.
- Imágenes donde no se identifica a la persona, superior en los perfiles masculinos.
- Imágenes representativas –lemas o simbología –, superior en el perfil masculino, con un 23% frente a un 16% respectivamente. Hay más representación directa en las chicas.

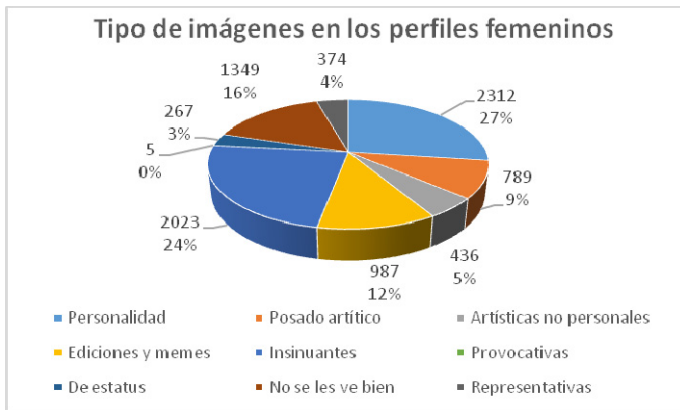


Figura 7: Contenido de las imágenes en los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

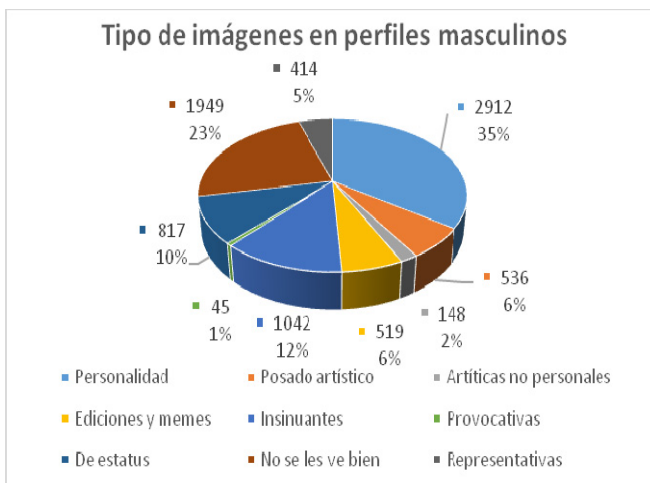


Figura 8: Contenido de las imágenes en los perfiles masculinos. Fuente: elaboración propia.

Conexión con Instagram

En el bloque femenino, 2430 usuarias menores de 25 años conectan con Instagram, representando un 26.3% de los casos, un porcentaje similar al de los perfiles masculinos. También se manifiesta una similitud aproximada en ambos perfiles mayores de 25 años. Lo importante es que, en ambos bloques de la muestra, la mayoría prefiere mantener al margen vínculos externos, acotando la seducción a la red Tinder (Figuras 9 y 10).

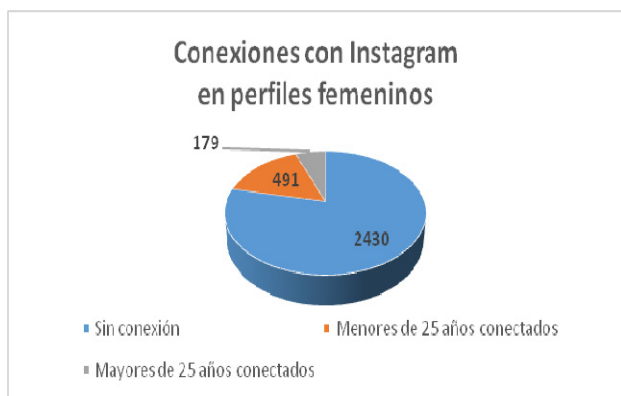


Figura 9: Instagram en los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

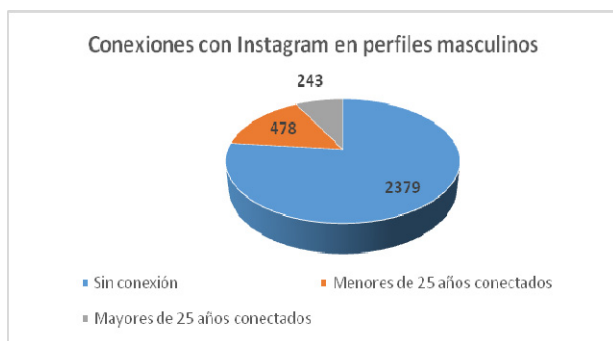


Figura 10: Instagram en los perfiles masculinos. Fuente: elaboración propia.

LGTBIQ

Pocos perfiles explicitaban formar parte de colectivos LGTBIQ. 9 chicas lo incluían en su descripción y 2 perfiles femenino tenían nombre e imágenes masculinas; desde el perfil de Paula, se han encontrado 4 perfiles bisexuales.

Representan apenas el 0,3% del total (Figura 10). En este sentido, hay que tener en cuenta que se seleccionaron muestras de relación heterosexual.

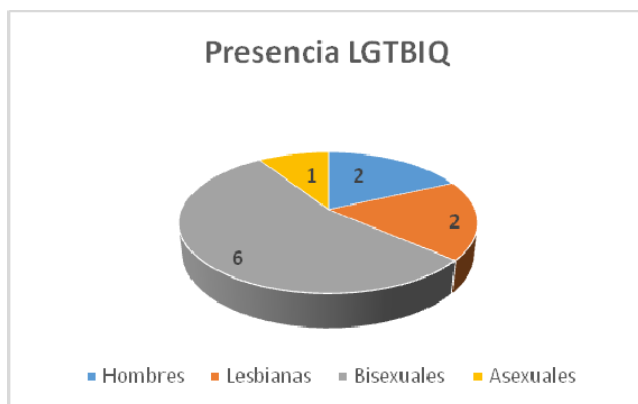


Figura 10: Presencia LGTBIQ en los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

Intereses

Solo un 8% de los perfiles femeninos los especificaban en su descripción. De ellos, 76 buscaban amistad, 115 buscaban integrarse en la cultura, 32 buscaban explícitamente sexo, 6 eran parejas buscando intercambios, 14 ofrecían servicios diversos y 15 sólo querían hablar virtualmente (Figuras 11 y 12).

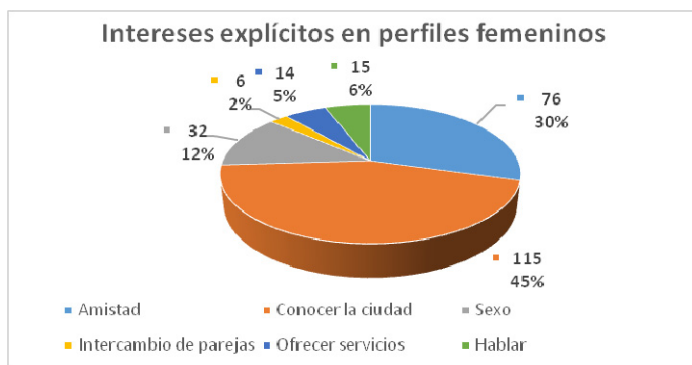


Figura 11: Intereses explícitos de los perfiles femeninos. Fuente: elaboración propia.

En cuanto al tipo de relación, 731 perfiles masculinos lo especifican en su descripción (un 23%). De ellos, 54 buscaban amistad, 227 conocer la ciu-

dad, 61 buscaban explícitamente sexo, 8 eran parejas buscando intercambios, 52 esperaban encontrar una pareja seria y 329 reflejaban intereses ambiguos “según la relación alcanzada”.

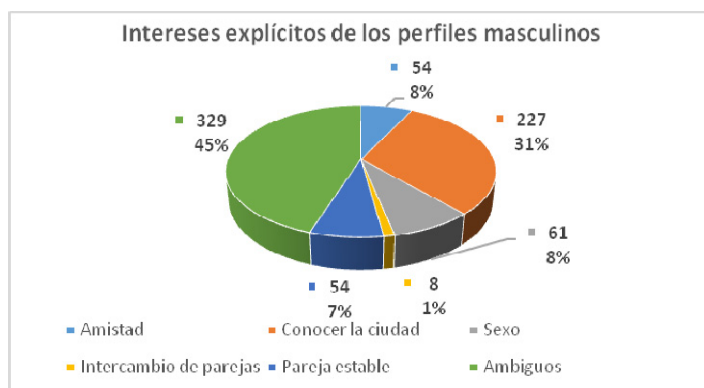


Figura 12: Intereses explícitos de los perfiles femeninos observados. Fuente: elaboración propia.

4.2. Análisis de las interacciones

4.2.1. Interacciones con Mario (perfiles femeninos)

Se ha interactuado con 50 ‘matches’ con el objetivo de catalogar los patrones de conducta expuestos a continuación. La estrategia ha sido comenzar una conversación y tratar de hacerla fluida respondiendo rápido y proponiendo juegos. El perfil del estudio se ha adaptado al contenido recibido. Se ha propuesto mantener la conversación por una red más personal y, una vez en esta red, quedar presencialmente.

En primer lugar, no se ha logrado establecer una conversación duradera con la mayoría de perfiles. De los 50 perfiles, 19 no han contestado al primer mensaje, con otros 15 la conversación duró unos mensajes y con 10 se mantuvo una conversación larga, pero dejando demasiado tiempo entre mensajes. Tan solo con 7 perfiles la conversación ha sido duradera y fluida.

6 de los 7 perfiles con los que se ha tenido una conversación fluida han pedido hablar por otra red más personal, como Whatsapp. 4 de ellos han cancelado el ‘match’ o dejado de responder a los mensajes tras un tiempo. En cuanto a la cancelación del ‘match’, la pérdida de contacto o el bloqueo de redes, en ningún caso se han dado explicaciones de tipo alguno ni se ha producido despedida alguna. Con los 3 perfiles que han mantenido el contacto se ha quedado presencialmente, momento en que se ha explicado el estudio.

A cada ‘match’ se le ha dejado 24 horas para que iniciara la conversación, aunque solo 3 la han iniciado. En el resto de casos nuestro perfil ha sido el iniciador de la conversación, y muchas veces sin respuesta. El porcentaje de respuesta es también bajo. En algunos casos se percibía desidia y desinterés, derivando en una ruptura de la conversación.

El contenido de los mensajes intercambiados con los 31 perfiles que han respondido, al menos, al primer contacto, ha sido mayoritariamente humorístico y preguntas de reconocimiento. Solo los 4 de los 7 perfiles con que se ha mantenido un contacto fluido en el tiempo han iniciado una conversación personal. En un sólo caso, los mensajes han sido de contenido puramente sexual, contrariamente a lo previsto.

La timidez ha estado presente, incluso tras una pantalla. Curiosamente, los perfiles que más datos ofrecían tenían más prudencia al hablar de ellos, invitando a pensar que, aquellos donde la imagen no permitía reconocerlos, tampoco ofrecían datos reales. Se ha percibido miedo e inseguridad para quedar y dar datos personales, lo que puede entenderse como desinterés por la otra persona o precaución ante los desconocidos, un tema serio que apela a la responsabilidad en la información ofrecida en la red.

Por último, en cuanto al “éxito” del perfil masculino, por cada 56 ‘likes’, se ha obtenido el retorno de un ‘match’ – coincidencia –. Por cada 5 ‘Súper like’ – opción que destaca del resto de usuarios –, se ha obtenido un retorno. Un éxito bastante bajo.

4.2.2. Interacciones con Paula (perfiles masculinos)

Se ha trabajado con los primeros 50 ‘matches’ obtenidos y una estrategia de conversación semejante. En este caso, se ha establecido una conversación duradera con la mayoría de los ‘match’. De los 50 perfiles, 2 personas no han contestado al primer mensaje, con 9 la conversación duró unos cuantos mensajes por su poca capacidad de respuesta o divergencia de intereses y con 13 perfiles se mantuvo una conversación larga pero poco fluida. Con 26 perfiles la conversación ha sido duradera y fluida.

Estos 26 perfiles han aceptado continuar en la red Whatsapp, pero 8 de ellos han dejado de responder tras varios días. En ningún caso han cancelado el ‘match’ o bloqueado la red. Con los 15 que han mantenido el contacto se ha logrado quedar presencialmente, momento en que se les ha explicado el estudio.

Al recibir un ‘match’, se ha dejado 24 horas para que iniciaran la conversación. De los 50 perfiles, la han iniciado 42. En ningún caso se ha percibido desinterés. La ruptura de las 9 conversaciones que no se mantuvieron en el

tiempo ha estado motivada por denegar sexo durante los primeros mensajes o por carencias comunicativas. Otros perfiles, a pesar de ello, han insistido en conversar.

El contenido de los mensajes intercambiados puede dividirse en dos grupos: 21 perfiles han interactuado exclusivamente con fines sexuales, bien sea en tono brusco o educado, y 23 han lanzado preguntas de reconocimiento sin un fin concreto. Los 4 restantes se han limitado a frases de cortesía. Tan solo 12 perfiles han mostrado una su faceta personal en ese intercambio de mensajes. El perfil del estudio se ha adaptado siempre a las conversaciones propuestas.

La timidez ha estado presente también en los perfiles masculinos, especialmente al establecer una conversación de carácter personal. Muchos repetían preguntas o no daban el siguiente paso. Se ha apreciado poca capacidad comunicativa. No se ha percibido miedo, inseguridad o precaución ante las desconocidas a la hora de ofrecer datos personales o quedar.

Por último, el “éxito” del perfil femenino es muy superior. Por cada 5 ‘like’ otorgados se ha obtenido un retorno y por cada ‘Súper like’, otro. En total, se han recibido durante 5 semanas 189 ‘Súper like’, una media de 5 al día.

5. Conclusiones y discusión

5.1. Conclusiones

La interacción desarrollada mediante los perfiles creados para la investigación ha puesto de manifiesto, indudablemente, la presencia de patrones comunes de relación según el género del usuario. En términos generales, en las interacciones ellos son la parte activa mientras que ellas filtran perfiles y toman las decisiones, un reflejo de los roles clásicos en la relación tradicional hombre-mujer, manifestados claramente en esta red social. En este sentido se pueden obtener unas conclusiones claras:

- En general, ellas se exhiben físicamente en mayor medida y ellos intentan resultar interesantes y divertidos. Cabe pensar si la exhibición de atributos físicos, propia del vínculo machista de la mujer a la estética, refleja los propios valores sociales de la realidad “no virtual”.
- Las chicas ponen límite a las interacciones cancelando matches mientras que ellos son muy insistentes. De nuevo, en este sentido, el típico conductual se confirma, evidenciando que la liberación de ataduras machistas no es precisamente uno de los rasgos de esa red social, convertida en espejo de la sociedad. Los patrones de relación

patriarcales se refuerzan: ellos empiezan las conversaciones, piden una cita e insisten.

- Mientras pocos perfiles afirman buscar sólo sexo, en realidad se han encontrado muchos chicos y pocas chicas dispuestos a ello. Hay, desde luego, muchas más propuestas sexuales hacia los perfiles femeninos.
- Ellas, en general, están más preparadas que ellos para mantener un contacto positivo en la red.
- El miedo a quedar físicamente y dar datos recae especialmente en ellas, mientras que ellos son más tímidos para hablar de sí mismos.

Todos estos parámetros conductuales en Tinder confirman la reproducción de roles y comportamientos diferentes entre géneros.

Machismo y situaciones de agresión sexual virtual

Mientras el perfil de Mario no ha recibido ningún tipo de acoso, el perfil de Paula ha sido incomodado y acosado por los usuarios masculinos. Algunas chicas con las que se ha interactuado confirman este acoso, así como algunos chicos afirman conocer experiencias semejantes de otras usuarias. Las situaciones más habituales de las que se ha tenido conocimiento o se han experimentado han sido:

- Envío de fotografías de carácter sexual tras interactuar en una red que lo permita (Tinder no permite enviar archivos audiovisuales). Recibir una foto del órgano sexual bien puede catalogarse como agresión sexual.
- La explicitación de 'no buscar sexo' por parte de ellas, señal de sentirse acosadas, especialmente si mostraban fotografías insinuantes.
- Lenguaje y formas inapropiadas con personas desconocidas que pueden incomodar y resultar violentos.

Algunas descripciones de perfiles femeninos se corresponden con la búsqueda de ese príncipe azul romántico tras el cual subyacen elementos de posesión y protección paternal, constituyendo una interesante línea de investigación para este tipo de aplicaciones. Además, pueden extraerse actitudes machistas y micromachismos más allá de estas agresiones sexuales explícitas. Principalmente, la representación de un escaparate virtual entre los perfiles femeninos, donde muchas chicas exhiben su belleza dejando un halo de mercantilización del propio cuerpo.

Sin embargo, resulta interesante que, si bien ambos sexos exhiben sus atributos físicos, las chicas son mucho más propensas a ello mientras que los chicos buscan una exhibición más profunda de la personalidad. Estas conclusiones se destilan de la propia construcción de los perfiles en la red estudiada. Los chicos también se exhiben físicamente, pero se espera más de ellos: deben ser interesantes, divertidos, creativos, tener *hobbies*... Ellas son solo 'sexys' en muchos perfiles, algo que confirma absolutamente los clichés externos que se aplican de forma rigurosa al comportamiento en esta red. La exhibición de atributos puede responder a una necesidad de refrendar el autoconcepto.

‘Mercado’ virtual

Aunque la aplicación en sí no tiene por qué tener connotaciones negativas, bien puede convertirse en un “mercado”, tal y como se ha explicado. Son las personas las que convierten esta red en una herramienta relacional o en un espejo de valores machistas de la sociedad.

El uso de este tipo de aplicaciones puede derivar en una simplificación preocupante de las relaciones sociales, basadas en ojear pretendientes decidiendo cuáles son de tu gusto, así como sucede al descartar participantes en un *talent show*. Si bien la aplicación hace ‘saltar chispas’ en un primer momento, como sucede al hablar con una persona desconocida que interesa sexualmente en cualquier otro ámbito, es un espejismo que pronto decae. Así sería la síntesis del proceso observado. Por este motivo, se cancelan muchos ‘matches’: las expectativas generadas rara vez se van a cumplir, especialmente si están basadas en el ideal de una persona, ya que con el paso de los días se pierde interés. Sucede de la misma forma cuando se conoce físicamente a una persona tras una interacción virtual: aquello que se ha idealizado en la red, no es tan perfecto como se imagina.

Educación mediática

Educar en un uso adecuado, más que restrictivo, se antoja fundamental en una sociedad donde las redes son cada vez más frecuentadas por menores de edad. Para empezar, reconociendo los límites del respeto. Hay que aprender a no acosar y a responder contundentemente al acoso. En ningún caso de debe culpar al medio de las connotaciones negativas resultantes del uso que le dan las personas. En ocasiones, las relaciones vacías generan malestar posterior, por lo que se debe educar en las relaciones sanas y consentidas. La percepción de situaciones de intromisión y acoso con fines sexuales, además del suministro de información o la accesibilidad en una cita presencial, son cuestiones a tener muy en cuenta, valorando la necesidad de protegerse personalmente.

El factor relacional debe trabajarse evitando que los usuarios se aislen del mundo real y dejen de ser capaces de relacionarse más allá de la Red. En generaciones cada vez más digitales que tienden a aislarse en un individualismo virtual es fundamental potenciar las relaciones reales. En ese sentido, las aplicaciones de este tipo son buenas si generan un trato personal posterior en personas tímidas o con poco tiempo libre, pero nunca puede ser un sustituto de la vida social. Aunque es un derecho de fabulación, con los correspondientes límites éticos, la cultura del simulacro y la exaltación de los tópicos en torno a la perfección son el gran riesgo de este tipo de aplicaciones.

Tinder es una herramienta idónea para reflexionar en torno al autoconcepto. Éste debe depender de la propia percepción de sí mismo y no de una valoración externa. No tener éxito en una aplicación de este tipo puede derivar en falta de autoestima e inseguridad, mientras que tener éxito puede potenciar el autoconcepto, lo que genera dependencia del éxito social en redes.

En este sentido, hay que fomentar la alfabetización emocional vinculada a las TIC, evitando que el estado de ánimo dependa del número de ‘matches’ que se obtienen. Y, claro, comprender que la cancelación de un ‘match’ es una decisión que no tiene por qué responder a la carencia de carisma del cancelado y, del otro lado, entender que puede ser necesario finalizar educadamente aun siendo un desconocido, pues esta frialdad en la gestión de las relaciones puede crear sentimientos de frustración, tristeza o ira. Hay personas al otro lado de las pantallas. Por supuesto se debe tener cuidado en no caer en ese ideal consumista generado en torno a las relaciones afectivas, donde todo es una simple estrategia para tener sexo, forzando los intereses e invirtiendo una gran cantidad de tiempo en “vender” la propia imagen. Como puede comprobarse, las redes se convierten en un territorio para desarrollar actitudes y competencias que deben interiorizarse en el día a día de la vida, dentro y fuera de las pantallas.

5.2. Discusión

Tal y como se expresaba en los objetivos, esta investigación ha resultado útil para comprender los patrones de conducta de los usuarios dentro de Tinder. También ha dejado clara la reproducción de conductas asociadas al machismo y la presencia de cierto acoso de carácter sexual. Se aporta, pues, un modelo de estudio que ha permitido dar relevancia a estos aspectos dentro de una red social.

El carácter prospectivo, y la verdadera importancia del estudio, radica en la educación que pueda derivarse para los usuarios, creando vínculos y relaciones saludables y evitando problemas asociados, como la pérdida de autoestima o el sentimiento de culpa asociado a una relación vacía. Se resta

severidad al juzgar una red social de estas características, pero se incide en los puntos más conflictivos a tener en cuenta desde una óptica educativa y ética. En este sentido, el balance de la investigación etnográfica es positivo, con el posible debate que puede generar la creación de falsos perfiles. Se puede afirmar, en esta línea de reflexión, que no ha habido problemas al revelar los intereses de la investigación, actuando siempre en aras de protección de la intimidad y la privacidad.

En cuanto a las debilidades del proyecto, el estudio de este tipo de aplicaciones resulta complicado, son muchos datos y situaciones concretas y, obviamente, no han podido reflejarse todas. Requeriría quizá de un análisis más minucioso de los casos más relevantes, es decir, la combinación de los datos observacionales con la profundidad de un estudio holístico de casos concretos, un seguimiento cualitativo de mayor profundidad y duración.

Por último, se han estudiado 6.200 perfiles asociados al área de la provincia de Granada. La asignación muestral ha dejado fuera del análisis un elemento importante, como la relación homosexual, primando la identificación de género en la selección muestral. Además, la ampliación del espectro territorial a otras provincias y, en mayor medida, en otros países, ofrecería resultados más globales sobre la realidad social que plantea una red de estas características. La precaución ante los riesgos de un mal uso y el sentido humano del elemento relacional resumen la realidad de una aplicación que es, en sí misma, un indicador de los valores y las inquietudes de la sociedad del siglo XXI.

6. Referencias bibliográficas

- Aguilar Rodríguez, D. E. & Said Hung, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona Próxima, Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*, (12), 190-204.
- Alonso-Ruido, P., Rodríguez-Castro, Y., Lameiras-Fernández, M. & Carrera-Fernández, M.V. (2015). Hábitos de uso en las Redes Sociales de los y las adolescentes: análisis de género. *Revista de Estudio e Investigación en Psicología y Educación*, (13). doi: <https://10.17979/reipe.2015.0.13.317>
- Aparici, R. & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 26(55), 71-79. doi: <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Ardèvol, E. & Lanzeni, D. (2014). Diversidad cultural, visualidades y tecnologías culturales. *Anthropologica*, 32(33), 11-38. Recuperado de <https://goo.gl/ThZotS>
- Barley, N. (1983). *El antropólogo inocente* (M.J. Rodellar, trad.). Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, J. (2005). *Cultura y simulacro* (A. Vicens y P. Rovira, trads.). Barcelona: kairós (7ªed.). (Obra original publicada en 1978).
- Bonavitta, P. (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y representaciones sociales*, 10(19), 197-210. Recuperado de <https://goo.gl/3ivxUF>
- Cerri, Ch. (2010). La importancia de la metodología etnográfica para la investigación antropológica. *Revista de recerca i formació en antropologia*, (13), 1-32. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/65217>
- Cruz, R., Ordoñez, R., Román, S. & Pavón, F. (2016). Buenas prácticas que desarrollan la competencia mediática en entornos socioeducativos. Good practices for the development of media competences in socioeducational contexts. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación* (48), 97-113 doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixel-bit.2016.i48.07>
- Echeburúa Odriozola, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 37(4), 435-447. Recuperado de http://aesed.com/descargas/revistas/v37n4_5.pdf

- Espinar Ruiz, E. y González Río, M.J. (2009). Jóvenes en las redes sociales: un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, (14), 87-106. doi: <http://dx.doi.org/10.14198/fem.2009.14.06>
- Estébanez, I. & Vázquez, N. (2013). La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales [Recurso electrónico]. Vitoria-Gasteiz: Observatorio Vasco de la Juventud. Departamento de Educación, Política lingüística y Cultura del País Vasco, Gobierno Vasco. Recuperado de <https://goo.gl/Jai96X>
- Fernández Fernández, D. (2017). Entendiendo relaciones de pareja en la era de Tinder: análisis cualitativo y propuestas educativas (Trabajo Fin de Grado). Departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de Oviedo. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10651/43210>
- Ferrés, J. (2008). La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo. Barcelona: Gedisa.
- Fernández-Figares, M. D. (2003). La colonización del imaginario: Imágenes de África. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- García Canclini, N. (1991). ¿Construcción o simulacro del objeto de estudio? Trabajo de campo y retórica textual. *Alteridades*, 1(1), 58-64.
- García-Ruiz, R., Ramírez García, A. y Rodríguez Rosell, M.M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, 22(43), 15-23. doi: <https://doi.org/10.3916/C43-2014-01>
- Geertz, C. (1988). La interpretación de las culturas (A.L. Bixio, trad.). Barcelona: Gedisa.
- Hernández-Serrano, M., Renés-Arellano, P., Graham, G. y Greenhill, A. (2017). Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias. *Comunicar*, 25(50), 77-88. doi: <https://doi.org/10.3916/C50-2017-07>
- Igartua, J.J. & Humanes, M.L. (2010). Teoría e investigación en Comunicación Social. Madrid: Síntesis.
- Landazábal, D. P., Olarte Y. A., Cabrera, V. H. & Verano, D. C. (2009). Análisis de las redes sociales y del éxito en un grupo de estudiantes de bachillerato a distancia. *Revista de investigaciones UNAD*, 8(1), 231-236. Recuperado de <https://goo.gl/UPqHQk>

- Malinowski, B. (1975). *Los argonautas del Pacífico Occidental: comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea Malanésica* A.J. Desmouts, trad.). Barcelona: Península.
- Nicolás Ojeda, M.A. & Grandío Pérez, M.M. (Coords.). (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Noceda Casado, J. (2015). *El personal branding en las redes sociales: un estudio sobre la creación de marcas personales en el alumnado de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (Trabajo Fin de Grado)*. Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Comunicación, Universidad de Valladolid. Recuperado de <http://uva-doc.uva.es/handle/10324/13150>
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y. & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). *Los youtubers y la construcción de identidad adolescente*. *Comunicar*, 26(55), 61-70. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-06>
- Reig, R. (dir.) y Mancinas-Chávez, R. (coord.) (2013). *Educación para el mercado. Un análisis crítico de mensajes audiovisuales destinados a menores y jóvenes*. Barcelona: Gedisa.
- Román-García, S., Almansa-Martínez, A. & Cruz-Díaz, M. (2016). *Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales*. *Comunicar*, 24(49) 101-110. doi: <https://doi.org/10.3916/C49-2016-10>
- Rosser Limiñana, A. (2017). *Violencia contra la mujer a través de internet y el teléfono móvil. Prevención a través de los medios de comunicación*. En J. Valero Vilchis, L.A. Guadarrama Rico, J.C. Suárez Villegas y P. Panarese (eds.), *La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación. Aportaciones al III Congreso Internacional de Comunicación y Género y al I Congreso Internacional de Micromachismo en la comunicación* (pp. 582-590). Madrid: Dykinson.
- Sánchez-Carrero, J. & Contreras-Pulido, P. (2012). *De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0*. *Icono* 14, 10(3), 62-84. doi: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>
- Siemens, G. (2004). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. Elearnspace. Recuperado de <http://www.elearnpace.org/Articles/connectivism.htm>(Fecha de consulta: 01/10/2016).
- Sierra Bravo, R. (2002). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid: Thomson.

- Stake, R.E (2007). Investigación con estudio de casos (R. Filella, trad.). Madrid: Ediciones Morata. (Obra original publicada en 1995).
- Toffler, A. (1980). La tercera ola (A. Martín, trad.). Bogotá (Colombia): Plaza & Janés.
- Vigotsky, L. (1988). El desarrollo de los procesos psicológicos superiores (S. Furió, trad.). México: Grijalbo. (Obra original publicada en 1978).

CIRCUITOS DE OCIO JUVENILES MEDIADOS: UN CASO DE PRÁCTICAS LÚDICAS Y ECOLOGÍA MEDIÁTICA EN CÓRDOBA CAPITAL (2008-2017)

Dr. Héctor López Hidalgo

Universidad Complutense de Madrid, España

Resumen

El presente trabajo surge como una muestra basada en los cambios en los Circuitos de Ocio juveniles en el distrito centro de Córdoba Capital (España). Por medio de un grupo de discusión y seis entrevistas en profundidad, analizaremos los cambios en las prácticas lúdicas de los jóvenes que, actualmente, se encuentran mediadas por la interfaz digital de sus dispositivos móviles de comunicación. Ofrecemos una comparación con el sentido de ser joven de los años noventa y ochenta, así como un bosquejo de su influencia en la interfaz digital de los Circuitos de Ocio de la ciudad por medio de mapas elaborados en base a las entrevistas.

Palabras claves

Circuitos de Ocio, Interfaz Digital, Ecología Mediática, Cartografía de prácticas lúdicas.

1. **Justificación: prácticas de ocio en Córdoba antes y después de la interfaz digital en los jóvenes de Ciudad Jardín y el Sector Sur**

El ocio de nuestros jóvenes ha variado mucho en los últimos treinta años. La aparición de una Sociedad Red (Castells, 2009, p. 24 y ss.), la continuación y desarrollo del sector servicios en la era de la información, así como las nuevas formas de ocio dentro de la interfaz digital y fuera de ella; han generado cambios esenciales en las prácticas y sentidos de los comportamientos lúdicos.

La necesidad de análisis comparativos de tipo micro, es decir, acercándonos a los fenómenos desde el grado cero es una necesidad imperiosa de la investigación, ya que las interfaces, los dispositivos móviles y los *medios* presuponen personas. Esta presuposición, a saber, la de que es el ser humano el que por medio de estos sistemas se desarrolla, juega y se comunica; es la base elemental por la cual debemos, de nuevo, fijarnos en el nivel más básico de las relaciones.

Los jóvenes son, por definición, el grupo sociocultural estratificado en clases que más emparentado está con el uso de nuevas tecnologías. Internet 2.0., WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube... Son espacios conocidos y frecuentados por los jóvenes principalmente. Lo que quiere decir que, al ser usuarios ya plenamente insertos dentro de estos nuevos dispositivos (como se les ha denominado muchas veces, *usuarios nativos*), marcan una frontera con los usos y prácticas dadas en un pasado muy reciente como es el final del siglo XX, en donde se han desarrollado las bases de los usos posteriores de dichos medios. Como decía McLuhan (1981) un medio presupone a otro medio. El smartphone presupone al teléfono, que a su vez presupone un usuario que lo utilice como *medio* para algún tipo de práctica. La presuposición, usos y prácticas a través de medios o dispositivos, esto es, interfaces analógicas y digitales, nos lleva a argüir la necesidad de comparativas entre los usuarios. Es decir, nos lleva a la historia como relato cotidiano, esto es, el grado cero que comentábamos.

El ocio es el espacio por excelencia en donde las prácticas de los jóvenes se desarrollan y generan patrones y redes de significaciones que se han visto en gran medida influenciadas o filtradas por medio de interfaces. El comportamiento lúdico, base del ocio y de la fiesta (Huizinga, 2012/1938, Caillois, 1986/1958), es un foco excelente para centrarnos en el grado cero del uso de la interfaz en los jóvenes. Todas las prácticas de ocio *pasan a través de* y *tienen lugar en* las interfaces. Este estudio, por tanto, pretende reconstruir esas prácticas, de forma diacrónica en el caso del *pasar a través de*, y de forma sincrónica *en su acontecer*. Por último, veremos, por medio de las cartografías lúdicas elaboradas, la plasmación de estas prácticas en

el espacio y en el tiempo, así como los cambios que han propiciado las interfaces en el ocio.

1.2. Circuitos de Ocio, rutas psicogeográficas, nódulos, vectores e interfaces: un estado de la cuestión interdisciplinar

El ocio de nuestros jóvenes forma parte de su vida tanto como formó parte del de nuestros padres o abuelos: el comportamiento lúdico es la base del aprendizaje, de la cultura, e incluso es preexistente a ella (Huizinga, 2012/1938. p. 14 y ss.). No es de extrañar entonces que tenga una plasmación simbólica por medio de textos o discursos, así como una realización física por medio de prácticas. En la realización del trabajo, los propios entrevistados nos dieron la clave: El ocio se estructura en los espacios, los conforma y los construye simbólicamente (Lefebvre, 2013/1976, Coverley, [2006]/2014, p. 9 y ss.). En el caso de este estudio, esta afirmación es aún mayor, ya que la ciudad de Córdoba es principalmente, en los espacios analizados, claramente peatonal. El movimiento por el espacio se construye andando, parafraseando de alguna manera a Machado. Esto quiere decir que, como bien apunta la tesis de Bourdieu (2012 [1979]), si las condiciones de existencia material condicionan los usos y hábitos corporales de una persona (su gusto que lo distingue de los demás) el paso por el espacio también debe estar marcado por algún tipo de diferenciación, y más cuando es la base sobre la que se asientan los sentidos dados a las prácticas de ocio. Por ello desarrollamos para la base de este trabajo, y sobre las muestras obtenidas en el Trabajo Final de Máster (López Hidalgo, 2018), los conceptos de Circuito de Ocio, Ruta Psicogeográfica, Nódulo y Vector.

- a. La toma simbólica y práctica del espacio a un nivel lúdico (Munfort, [1967]/2014, p. 433 y ss.), se despliega, en el caso urbano de las barriadas estudiadas como un *Circuito de Ocio*. El circuito es la ruta o tránsito más frecuentado por los miembros de una clase social dada, bajo gustos condicionados por sus condiciones de existencia materiales y su educación. Este tránsito espacial se realiza en una ubicación urbana concreta como veremos, y a su vez, se descompone en vectores y nódulos.
- b. Los *Circuitos de Ocio* poseen una funcionalidad doble, en el sentido dado por Jesús Ibáñez al término función (Ibáñez, [1992]/2012), p. 4 y ss.), esto es, en primer lugar, reciclaje simbólico y práctico de las actividades (su auto-reproducción por medio de los sujetos que son participantes), así como gusto o fruición, lo cual se refiere al placer generado en la realización de las prácticas, discursos y producciones simbólicas. El Circuito de ocio es la forma más o menos estructurada de los comportamientos lúdicos dados según qué clase o estrato social se esté analizando.

- c. El *Circuito de Ocio* y sus funcionalidades, al ser realizadas prácticamente, son susceptibles de ser cartografiadas. Esto quiere decir que, en un espacio representado, *el Circuito de Ocio* está constituido, al igual que otros circuitos socioeconómicos y socioculturales, de *nódulos* y *vectores*. El *nódulo*, es el punto o puntos de concentración que conforman la red del circuito (Castells, 2009). Las inmediateces de un pub, un parque, la casa de un amigo, una discoteca, una tasca... dependiendo del gusto varían en su contenido. También se establece una varianza entre si son privados o no, entonces, los *nódulos* serán públicos (en tanto que se localizan en el espacio público urbano) o privados (en tanto que se localizan en la propiedad inmobiliaria de alguien). Los *vectores* son los espacios de tránsito entre *nódulos* del circuito: Calle, avenidas, recintos... Los *vectores* son escogidos en el sentido pleno funcional: Por practicidad y por estética. Tanto la practicidad como la estética del *vector* responden a los grupos de significación de los entrevistados.
- d. La *Ruta Psicogeográfica* es la variante establecida, individual y/o grupalmente, a los cambios en los *nódulos* y *vectores* del *Circuito de Ocio*, cuando este deja de ser funcional para los entrevistados. Cuando los cambios urbanísticos destruyen un *nódulo* o un *vector*, la *Ruta Psicogeográfica* se crea dentro del mismo *Circuito de Ocio* como forma de reorganizar y reintegrar el territorio. Si la *Ruta* se mantiene en el tiempo, se puede llegar a convertir en *vector*. Escogimos el concepto Psicogeografía, que tiene una larga andadura ya (Coverley, 2014, p. 12 y ss.), ya que hace mención precisamente a la funcionalidad (geográfica) y a la significación para los entrevistados dentro de sus marcos conceptuales (el prefijo Psico-).

Una vez explicados estos conceptos, que veremos aplicados sobre el plano de la ciudad de Córdoba, habría que hacer hincapié en qué es lo que se entiende en este trabajo por interfaz digital e interfaz analógica. No nos corresponde aquí hacer una historiografía exhaustiva de la conceptualización, ya que en otros trabajos se desarrolla la misma (Marzo, 2015, p. 5 y ss.), pero sí que realizaremos una concepción analítica de la interfaz.

La interfaz es la unidad básica de interacción entre personas, casi en el sentido dado por Goffman (1980, p. 70 y ss.), por lo que las prácticas de ocio son un campo interesantísimo en donde comprobar si el nivel micro de la investigación de los sistemas y evoluciones de las interfaces digitales y analógicas tiene usos diversos en relación a fenómenos de ocio.

Desde la perspectiva del doble juego de la interfaz, es decir, que el *media* posee un dispositivo de entrada y además gusta de percibirse como tal, encontramos que el carácter de virtualidad (Carlson & Scolari, 2009), es decir, la imposibilidad de sustituir la puerta hacia la realidad virtual y el acceso a

la información; nos sitúa al mismo nivel que la reflexión sobre el lenguaje y la narración que en otros campos (D'Agostini, 2010, p. 234-270, Castañares Burcio, 1994, p. 220-248) se estaba teniendo al mismo tiempo que se consolidaba en 1968 la metáfora *Ecología*. La narración y los *media* comparten el mismo espacio sociosemiótico, a saber, estar envueltos en los mismos parámetros sociodiscursivos del lenguaje al mismo tiempo que son un metalenguaje. Por tanto, si queremos, como decía Giovanni Levi (2004, p. 119-144) para la microhistoria, comprobar los grados de uso y valor que se les da a las interfaces, es necesario descender al grado cero del proceso. La interactuación del usuario con la interfaz es un proceso de muy largo recorrido como bien ilustran Bolter y Grusin (2011, p. 29-57), en el que el principio de inmediatez reacciona de manera que configura nuestra visualidad. La interfaz digital, por tanto, ilustra también de manera muy somera la evolución del uso y valor del espacio mediado y de las significaciones de este dentro del desarrollo de las prácticas lúdicas.

Las interfaces se desarrollan por medio de modos de visión inspirados en nuestra tradición cultural, como puede ser el sistema de ventanas de los sistemas operativos (Marzo, 2015, p. 5). Llegamos por tanto a la cuestión de la ecología mediática. En otro lugar se ha dicho efectivamente que los medios no evolucionan sobre la base de movimientos del poder o dinámicas de mercado *per se*, si no que están constantemente en movimiento dentro de un sistema de relaciones y de usos performativos de sí a través del consumo⁵. El caso del cable de texto interatlántico es modélico de este argumento, ya que la inserción de un dispositivo con un sistema de uso a través del valor dado por las grandes compañías fue lo que garantizó su supervivencia. Del mismo modo, el teléfono móvil se ha visto alterado por procesos de remediación e hibridación confinando en el mismo dispositivo (visualmente muchas veces estructurado como escritorio o agenda) casi todos los productos de tecnología que veinte años antes estaban diseminados en diversos aparatos (radio, estéreo, televisión, internet). Por tanto, si la ecología mediática estudia las relaciones existentes entre los medios y su adaptación y cooperación dentro de su desarrollo, tenderá entonces a considerar que la interfaz y su relación con los usuarios es necesariamente el paso indispensable para el estudio del uso y del valor de la misma en contextos cotidianos como los de las prácticas de ocio.

2. Metodología y técnicas de estudio

Las investigaciones realizadas se desarrollaron sobre las bases de varios grupos de discusión y un bosquejo de cartografía de las actividades lúdicas

5 [Recurso electrónico] <https://www.educ.ar/recursos/109018/ecologia-media-tica-evolucion-e-interfaces>, SCOLARI, C., "Ecología mediática, evolución e interfaces" en www.Educar.com

en la ciudad de Córdoba. Los barrios de Ciudad Jardín y el Sector Sur fueron los espacios de origen de los entrevistados, al ser sus socioeconómicas entre los años ochenta y los noventa bastante parecidas, mientras que el centro fue el lugar de análisis esencial en donde se configuraban dichas prácticas. En este artículo nos proponemos discernir, en primer lugar, los cambios acaecidos en el desarrollo de las actividades de ocio de los entrevistados de dichos barrios en relación con el uso de interfaces analógicas y digitales, especialmente dispositivos móviles ¿Cómo han evolucionado las prácticas de los jóvenes actuales al calor de dichos artefactos? En segundo lugar, nos proponemos ver en qué medida el acceso a internet por medio de los dispositivos e interfaces móviles forma parte intrínseca de las nuevas prácticas de ocio, al comparar el ocio de los jóvenes de los noventa y ochenta con los actuales.

El sistema, por tanto, ha sido la comparación entre el Grupo I-II, los cuales fueron jóvenes (horquilla de edad de 19-27 años) en los ochenta y noventa respectivamente, con el grupo III, que son jóvenes actuales bajos los mismos criterios de localización geográfica, condiciones de existencia y gustos asociados. En esta comparativa se han tenido en cuenta los siguientes elementos:

- Prácticas e interfaces como eje diacrónico del estudio: El uso dado a las interfaces (analógica en el grupo I-II, digitales en el III) en relación con las prácticas y espacios de ocio.
- Interfaces digitales y dispositivos móviles *como* actividad lúdica, correspondiente con el eje sincrónico: El uso dado a la interfaz digital en ambientes lúdicos por los jóvenes actuales (Grupo III).
- Muestra comparativa de los cambios en el ocio y la relación existente de las interfaces analógicas y digitales por medio de cartografías del ocio, para encuadrar empíricamente el eje diacrónico dentro de los mapas, lo que se corresponde con el eje espacial.

Toda la información obtenida se dio por medio de dos grupos de discusión basados en los modelos de participación y discusión propuestos por Martín Criado (1996). El grupo I-II se constituyó entre jóvenes de los ochenta y noventa, para crear un espacio de significación compartida que comparar con el grupo III. Este proceso giró en torno a la interfaz analógica (grupo I-II) y la digital (Grupo III) en relación con sus usos en las prácticas de ocio dentro del contexto urbano de Córdoba.

Tabla 1. Cuadro socioeconómico de los entrevistados

| Entrevistado | Edad | Profesión | Grupo de Discusión | Barrio de residencia |
|--------------|------|------------------------------------|--------------------|----------------------|
| Juan | 67 | Ingeniero técnico | I | Sector Sur |
| Manuel | 70 | Jubilado (Empleado de banca) | I | Sector Sur |
| José | 65 | Empleado de Banca | I | Ciudad Jardín |
| María Luisa | 63 | Enfermera | I | Ciudad Jardín |
| Jimena | 69 | Autónoma | I | Ciudad Jardín |
| Ana | 67 | Jubilada y Ama de Casa | I | Ciudad Jardín |
| López | 54 | Celador (Parado de larga duración) | II | Ciudad Jardín |

| | | | | |
|---------------|----|-------------------------------------|----|---------------|
| Francisco | 52 | Autónomo | II | Sector Sur |
| Carmen | 51 | Ama de casa | II | Sector Sur |
| Ángel | 54 | Mecánico | II | Ciudad Jardín |
| Inmaculada | 50 | Parada de larga duración (Autónoma) | II | Sector Sur |
| María Antonia | 53 | Empleada de Banca | II | Sector Sur |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Composición de los grupos de discusión

| Grupo II | | Grupo III | |
|-------------------|----------------------|-------------------|--------------------------|
| Ana (33 años) | Alba (36 años) | Ana (23 años) | Antonio (22 años) |
| Gabriel (35 años) | Carmen (32 años) | Andrés (25 años) | Jesús (22 años) |
| José (34 años) | Clara (34 años) | Antonia (22 años) | Rafael (25 años) |
| María (36 años) | María José (33 años) | Javier (20 años) | Rafael Jiménez (23 años) |

| Condición | Grupo II | | Grupo III | |
|----------------------|---------------|------------|------------|---------------|
| Obreros cualificados | X | | | |
| Personal de oficina | X | X | | |
| Economía sumergida | | X | | X |
| Estudiantes | | | X | X |
| Espacio urbano | Ciudad Jardín | Sector Sur | Sector Sur | Ciudad Jardín |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Atributos de los grupos

Atributos núdulos privados centro grupo I

| id | name | semanal | moderno | nocturno |
|----|-------|---------|---------|----------|
| 1 | disco | no | si | si |
| 2 | disco | no | si | si |
| 3 | disco | no | si | si |
| 4 | disco | no | si | si |
| 5 | disco | no | si | si |
| 6 | disco | no | si | si |
| 7 | disco | no | si | si |
| 8 | disco | no | si | si |
| 9 | café | si | si | no |

Atributos núdulos privados centro grupo II-III

| id | name | semanal | moderno | nocturno | diurno |
|----|-------------------|---------|---------|----------|--------|
| 1 | | | si | si | si |
| 2 | | | si | si | si |
| 3 | | | si | si | no |
| 5 | | | si | si | no |
| 6 | | | si | si | no |
| 7 | | | si | si | no |
| 8 | | | si | si | no |
| 9 | | | no | si | no |
| 10 | entorno platinium | si | si | si | no |

Atributos de los núdulos públicos Grupo I

| id | name | semanal | moderno | nocturno | diurno |
|----|-----------------------|---------|---------|----------|--------|
| 1 | Parque de los Patos | no | si | si | si |
| 2 | Parque Colón | no | si | si | si |
| 3 | cercanías golden club | no | si | si | no |
| 4 | cercanías pubs | no | si | si | no |
| 5 | cercanías pubs | no | si | si | no |
| 6 | cercanías pubs | no | si | si | no |
| 7 | cercanías discotecas | no | si | si | no |
| 8 | esparcimiento | no | si | si | no |
| 9 | reducción TONTÓDROMO | si | no | si | no |

Atributos núdulos públicos Centro Grupo II-III

| id | name | semanal | moderno | nocturno | diurno |
|----|-------|---------|---------|----------|--------|
| 5 | disco | no | si | si | |
| 6 | disco | no | si | si | |
| 7 | disco | no | si | si | |
| 8 | disco | no | si | si | |
| 9 | café | si | si | no | |
| 10 | bar | si | si | no | |
| 12 | disco | no | si | si | |
| 13 | disco | no | si | si | |
| 13 | disco | no | si | si | |
| 16 | disco | no | si | si | |

| atributos del Circuito Centro Grupo I | | | | | | | | Atributos del Circuito de ocio centro grupo II-III | | | | | | | |
|---------------------------------------|------|---------|---------|----------|--------|--------|------|--|------|---------|---------|----------|--------|--------|------|
| id | name | semanal | moderno | nocturno | diurno | vector | ruta | id | name | semanal | moderno | nocturno | diurno | vector | ruta |
| 1 | | | | | | | | 1 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | 3 | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 6 | | no | si | si | no | no | si | 6 | | no | si | si | no | no | si |
| 7 | | no | si | si | no | no | si | 7 | | no | si | si | no | no | si |

Fuente: elaboración propia.

3. Resultados

Eje diacrónico-espacial

En este apartado cabría destacar que se ha desarrollado, gracias a las nuevas tecnologías, una merma en la toma del espacio público del centro de Córdoba, en comparación con los grupos I-II. Para contextualizar y comprender mejor este proceso, procuraremos explicitar dichos cambios en las interfaces, así como los elementos que han cambiado en el uso del espacio.

El grupo I, como podemos confrontar en el primer mapa, había desarrollado, en comparación con sus más inmediatos conciudadanos (López Hidalgo, 2018) unos circuitos de ocio muy nutridos, con gran cantidad de nodulos y con redes de comunicación favorecidas por el estado urbano de la zona centro de Córdoba. Esta presentaba, hasta el Plan General de Ordenación Urbana de 2004, escasa iluminación, caminitos sin empedrar, así como todo un cómputo de economías sumergidas. No obstante, este proceso urbano favoreció, junto con la relajación de las normas cívicas ante el advenimiento de la democracia, un campo de desarrollo muy interesante, en el que las interfaces analógicas simplemente sostenían las funciones básicas de estos circuitos.

Nos centraremos en las interfaces exentas de comunicación (teléfono fijo) y de información (televisión y radio) en relación con el ocio del grupo I. En el grupo de discusión, Pepe comentó con el resto que “El teléfono se usaba para quedar, y punto, al resto de la gente te la encontrabas de camino a la tasca o a la discoteca”. Del mismo modo “Las conversaciones sobre la televisión eran recurrentes, pero poco diría yo. Me acuerdo de que hablábamos de política, pero sobre todo de las cosas que nos pasaban en el trabajo o en la misma tarde-noche que salíamos por la judería”. Estas palabras de Ana marcan las pautas que podemos observar en el mapa. Junto al río, en donde

se sitúa el vector del puente romano (Mapa de Ocio del grupo I) se solían realizar las quedadas, mientras que sólo se usaba el sistema de comunicación en casos puntuales, como matiza Manuel y Paca “Nosotros teníamos que llamar a padre sobre las 21:00 cuando salíamos, pa que se tranquilizase”. También para situaciones puntuales relacionadas con la propia salida de ocio: “yo llamaba a algún colega desde una cabina pa que se viese de farra” ejemplificó Manuel. Desde ese punto del río, como bien indica el mapa, los vectores servían para comunicar y llegar a los nodulos, pero también para informarse de las zonas y los eventos que hubiese. De este modo, la toma del espacio público era mucho mayor, más organizada y explosiva, por su propio contexto histórico.

El mapa I muestra además una mayor variedad de nodulos, cuyas características, se indican en los anexos. Dentro de esta investigación, valoramos que los dispositivos de interfaz formaban parte de la identidad juvenil de los grupos, pero como meros ensamblados, sin mayor proyección interna que la comunicación para la reunión.

Con respecto a la televisión, algunos locales disponían en los años ochenta de medios audiovisuales, pero eran escasos y más bien restringidos en los sujetos del grupo I.



Figura 1: Mapa de ocio Grupo I. Elaborado a partir de las entrevistas en los grupos de discusión y un expediente de licencia de aperturas de locales.

El caso del centro es paradigmático. La discoteca que está reseñada en el extremo norte del mapa, junto al nódulo público de ocio del parque Colón era un “bar de maricas, o de “ambiente” que lo llamábamos. Ahí creo que había una televisión” comentaba Antonia, que da muestra de lo poco frecuente que era la mediación a través de los dispositivos cuya interfaz constituye una pantalla. En el caso de la cartelería, que sería un estudio complejo y a parte, la mediación si era evidente. “Antes te enterabas de todo lo que ocurría de fiesta en la calle: o te lo contaba alguien o siempre había un cartel que te decía no-se-qué de tal fiesta o así...” Comentó Paca. Esta afirmación fue ampliamente respaldada por el grupo. Por lo tanto, encontramos que la mediación de forma diacrónica comenzó a través de la inclusión de las interfaces visuales de forma muy escasa, ya que la interfaz aún era mayoritariamente analógica en el caso de los usos del ocio, inserta dentro de los propios vectores y nódulos. Al ser jóvenes también quienes habían creado muchos de los negocios de Córdoba, entraban dentro del *juego* de informaciones que se establecían por la ciudad. No cabe duda de este hecho ya que tanto las discotecas como la gran mayoría de licencias de apertura de locales “modernos” se dan entre el año 1979 y 1987, como figura en el anexo, así como el grupo lo confirma.

La construcción de la juventud en este grupo socioeconómico no se desarrolló por medio de las nuevas interfaces, sino que se ensambló sobre la base de una concepción de la ciudad a través del comportamiento lúdico que la justificaba e identificaba. Prácticamente, como veremos en comparación con el grupo III, los elementos que actualmente aún la posesión de un Smart phone se encuentran diseminados en otros medios, que además daban lugar a una elaborada clasificación de *tribus urbanas* (en palabras del grupo entrevistado) según el gusto y las posibilidades económicas. Un radio-cassette “de pilas gordas” como comentaba Ángel, una cabina telefónica, periódicos, carteles etc. Diversión, información y reutilización simbólica de las mismas en las prácticas aún necesitaba esencialmente del espacio urbano para su realización. Una juventud callejera, frente a las evoluciones que veremos en el grupo II y III.

En el caso de grupo II, nos encontramos con pequeños elementos que resaltan, pero los cambios, insistimos, a este nivel socioeconómico, son escasos: Los primeros móviles “eran caros que flipas” comentó Álvaro. “Lo que sí quería todo el mundo a partir de los 2000 era un ordenador” comentó María José. Las afirmaciones son bastante claras: La interfaz digital ya estaba en desarrollo, pero principalmente para estratos sociales distintos al de esta muestra, como otras prácticas socioculturales y usos del espacio, reseñados por López Gómez (2007). Ello quiere decir que, en base a las preguntas sobre sus prácticas de ocio, este grupo de discusión destacase por implementar aún más (ante el aumento del consumo) sus prácticas de ocio,

hasta la ley nacional de botellón, que transformó el tipo de ocio que se desarrollaba en la ciudad.

En el caso de las interfaces exentas, el uso se volvió mayor. “veías un programa y llamabas a un colega para contarle algo potente, o llamabas a la gente para tomar algo los fines de semana en casa y luego salir” según María. “El botellón lo cambió todo, antes te ibas a tomar algo andando con los colegas, pero luego, psss... Aunque juntó a media Córdoba en los jardines de la victoria, eso sí es verdad”. Las alteraciones en las leyes y soluciones municipales del botellón dieron lugar a un proceso en el que los contenidos desbordaron las interfaces. Si las posibilidades reales de uso de las comunicaciones analógicas mejoraron, al ser más aceptable el gasto en dispositivos de comunicación móvil, estos se mostraron más como elementos simbólicos y de estatus en espacios tan multiclase como el botellódromo. En la ilustración 3. Vemos los tres que se plantearon en Córdoba. En estos espacios, las funciones de los Smart phone, que en el grupo III las encontraremos unidas *intrínsecamente* a prácticas *que pasan a través de y tienen lugar en*, en el botellódromo las reunían la variedad de grupos sociales, por tanto, las interfaces aún operaban *a través de*. “La gente traía los coches, con la música, se hacían fotografías, se anunciaba por la calle o se lo contaban a través de los teléfonos, un “boca a boca” según Gabriel. “Creo que una vez salimos en el diario Córdoba” sugería Jose. Son casos esenciales en las que las interfaces analógicas permitían la toma y la construcción del espacio, incluso cuando desde la acción gubernamental se veía constreñida a espacios masivos como el botellón, o al circuito de ocio programado de discotecas y bares.

No obstante, pese a que el uso dado a las interfaces por el grupo II fue inferior que en el grupo III, este ocio y sus prácticas tenía aún relación *directa* con la toma del espacio público en tanto que circuito. Como vemos en la ilustración 2., aunque los vectores son más reducidos en la zona reseñada, sí que permanecen y continúan siendo espacios en los que se construye ciudad, y en los que las interfaces analógicas tenían un papel esencial que, como vamos a ver, en el grupo III queda absorbido por una construcción virtual de la ciudad, prescindiendo en gran medida de los espacios de tránsito, al situarse los vectores de un plano urbano y analógico, a uno virtual y digital.

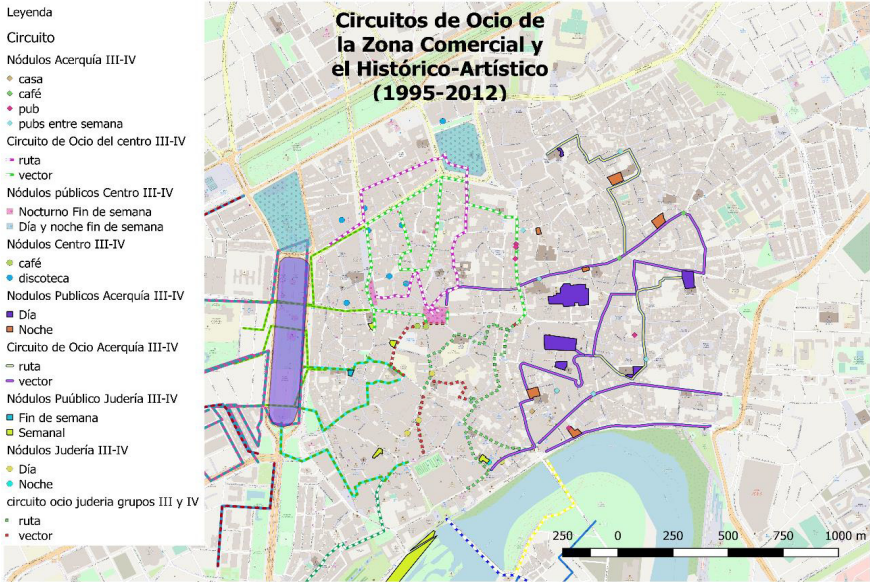


Figura 2: Mapa de ocio del Grupo II –III. Elaborado a partir de las entrevistas en los grupos de discusión y un expediente de licencia de aperturas de locales.

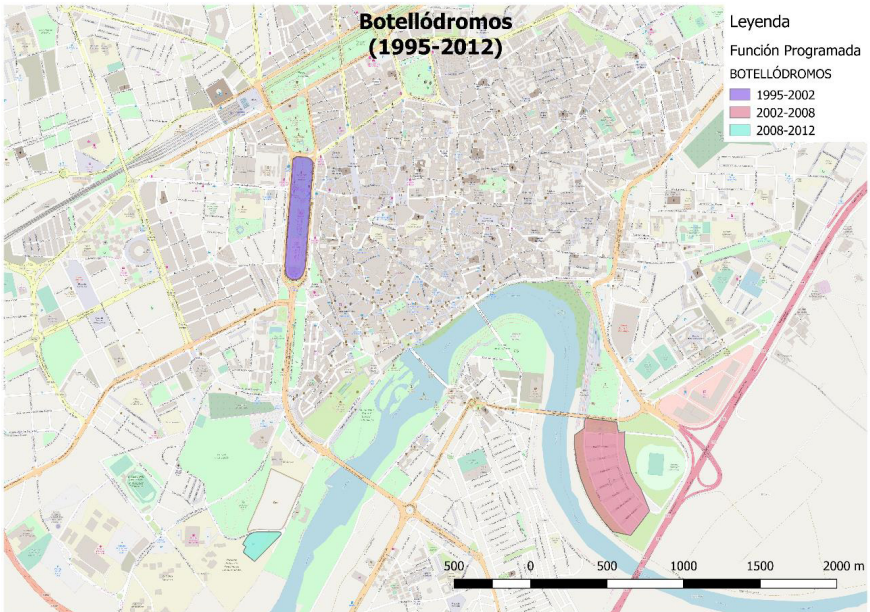


Figura 3: Mapa diacrónico de los Botellódromos de Córdoba capital. Elaborado a partir de las entrevistas en los grupos de discusión y un expediente de licencia de aperturas de locales.

Eje sincrónico-espacial

Para el caso del grupo III, como hemos comentado anteriormente, su toma del espacio público y su forma de construir ciudad por medio de actividades lúdicas ha sufrido transformaciones derivadas de los fenómenos de remediación, hipermediación bajo la óptica de la inmediatez.

Si nos ceñimos a la ilustración 2. Los espacios siguen siendo los mismos, ya que para los entrevistados del grupo III “ahora todo te lo cuentan por Insta, Facebook o cualquier página relacionada con la noche”, en palabras de Javier. Para Ana “un cartel o algo así no lo mira nadie ya... a menos que venga el Manuel Carrasco o algo...”. Esto confirma los primeros pasos de un fenómeno de remediación basado en dos supuestos: la proliferación del Smart phone ante el aumento del consumo, por un lado, y la diferenciación *simbólica* de los usos de las interfaces digitales y analógicas, por otro. El cartel, que en los grupos anteriores era el sistema analógico esencial, junto con otros, de información, ahora constituye un espacio de status, en el caso de grandes artistas, o como una comunicación secundaria en los circuitos de ocio de los jóvenes del grupo III.

La remediación comienza por aunar las funciones de toma del espacio en un solo elemento, que las convierte, bajo la lógica de la inmediatez, en *sistemas de toma individual y virtual del espacio a través del comportamiento lúdico*. “Me acuerdo que mi hermano me decía que todo el mundo se traía su discman o ponía el coche; ahora estamos cada uno con el móvil mirando cosillas, llamando a los colegas, wasapeándoles...” en palabras de Andrés. Ello quiere decir que muchos de los nodulos, que antes eran ocupados y usados por medio de las interfaces analógicas (el caso del botellón), ahora tienen que competir con espacios virtuales instantáneos, que muchas veces sustituyen a las prácticas de los grupos II-III.

¿Cómo se produce este fenómeno? En palabras de Antonia “porque quedamos todos y resulta que estás con el móvil que, si te haces una foto, la cuelgas, lees los comentarios, comentas con la gente los comentarios... en verdad a veces no te fijas mucho en quién hay por ahí, cuando estás con el grupo”. Para Andrés “cuando estamos en casa, jugando a la play, fumando etc. Siempre estamos viendo que cuelgan los colegas...”. Las prácticas y las interacciones de ocio, que antes sólo dependían de las interfaces para su conexión, para el *a través de*, ahora se prolongan y desarrollan en espacios virtuales. De hecho, estos espacios, que antes no existían, ahora no sólo complementan, sino que pueden llegar a sustituir la construcción simbólica del espacio en el ocio por la dada dentro de las redes. El caso de Instagram es muy interesante de este modelo. Al ser una red social completamente dependiente del dispositivo móvil, permite la valoración e interacción instantánea entre amigos. El uso dado por los entrevistados a las historias, por medio de filtros y la elección, consciente o inconsciente de algún tipo

de pose llama la atención porque “al verte pasártelo así de bien la gente se viene. A veces es una puta pose, pero porque está muy muerto el sitio. Aunque normalmente el centro de Córdoba es muy monótono, siempre se sabe más o menos quién o qué pasará”. Esta reflexión de Andrés, confirmada por el resto de los entrevistados es muy interesante. El dispositivo móvil por medio de la interfaz digital remedia el cartel, el anuncio, el teléfono fijo y además añade elementos estéticos propios de un cierto sentido de hipermediación, como son las interacciones por medio de comentarios, los símbolos de “like” etc. Así, la teleología de la inmediatez permite la remediación de los distintos dispositivos en uno solo. Las ventajas son evidentes.

No es el objetivo de este artículo realizar un mapa virtual de sentidos y comportamientos lúdicos a *través de* las interfaces digitales. No obstante, merece la pena reseñar como nódulos esencialmente públicos, como son los parques, surgen como un espacio paradigmático para explicar los cambios en los comportamientos lúdicos cotidianos de los jóvenes del grupo III. En la ilustración 2. se puede observar el Parque Colon, en el extremo norte de la zona centro. Los grupos I-II tomaban este espacio por medio de sus prácticas, ahora el espacio *se ocupa*, esto es, su uso ha disminuido debido a que se proyecta de forma virtual. “cuando nos sentamos en el césped, resulta que la mitad del tiempo estamos mirando el móvil, y hay veces que viene alguien que has escrito, y se pone a mirar el móvil también. Yo intento cortar un poco y charlar, aunque sea del video que estén viendo...” comentaba Antonia. Esto da una imagen bastante exacta del fenómeno de la interfaz digital en el ocio urbano: Los espacios ahora deben *importar* su contenido informacional, mientras que en los grupos I-II el contenido era creado *ex proceso*, si bien con ayuda de otras interfaces y ensamblados, estos no eran más que complementos, frente al *Smart phone* que presupone al espacio *como complemento*.

El espacio complementa la actividad lúdica de los jóvenes del grupo III, al pasar gran parte de la misma por interfaces virtuales sometidas a los fenómenos que Bolter y Grusin describieron, y que aquí se han mostrado como un proceso por el cual, el verdadero cambio es este giro brusco en el punto de foco del comportamiento lúdico: de interfaz analógica como complemento del espacio físico al espacio físico como complemento de la interfaz digital.

4. Conclusiones

Tras el resumen de los resultados, conviene hacer balance de la muestra comenzando por el elemento espacial. Hemos expuesto que sería necesario indagar en las relaciones existentes entre uso de dispositivos móviles, su comparativa con los usos de las anteriores generaciones y su contexto, para comprobar y plasmar cuales han sido las relaciones (un mapa de espacios

usuales de cartelería) informacionales que se desarrollaron en la ciudad de Córdoba. Del mismo modo, cabría desarrollar, sobre el ejemplo aportado del Parque Colón, cómo se constituye el mapa virtual y las relaciones que este mantiene con los espacios. La construcción de la noción de juventud, que ahora, tal y como hemos ejemplificado, pasa por las interfaces digitales de forma mucho mayor que en los anteriores grupos tiene una razón de ser: Las interfaces analógicas ponían a nuestra disposición productos culturales, artefactos de sentido o cuantos conceptos o significados tengamos para nombrar de forma grisácea la música, el cine, el teatro, los libros o llamar a alguien. Las interfaces digitales permiten lo mismo y, en concreto, el *Smart phone* permite la proyección de la personalidad a través de las nuevas redes sociales. Dentro de esta percepción se encuentra ahora la construcción y la personalidad juvenil y la construcción del espacio dado. Sería, por tanto, un paso en falso no continuar con la muestra, de forma que podamos discernir las relaciones existentes entre lo virtual y lo físico, entre los comportamientos lúdicos de los jóvenes y, al mismo tiempo, su proyección espacial y/o virtual.

Sincrónicamente, por tanto, deberíamos plantearnos cuál es la construcción de la ciudad que los jóvenes realizan de su ocio, esto es, sus prácticas, discursos texto y producciones audiovisuales. La evidente merma en las posibilidades del uso del espacio público, así como el evidente proceso de individualización de los últimos veinte años han coartado las posibilidades de construcción de espacios por medio de su toma y uso, pero al mismo tiempo han aportado un espacio de simulado, virtual, en el que el espacio también tiene su prolongación. Cabría estudiar las formas en las que actualmente perciben el espacio en el que se desarrollan sus prácticas lúdicas por medio de una selección de espacios y sus complementos asociados a su imagen como espacio virtual.

Aunque lo realmente importante se constituye siempre en una comparativa, estos son, diacronía. Al comparar los periodos, se puede ver el grado cero de uso y sentido de los dispositivos. La distribución de gustos y posibilidades socioeconómicas, que condicionaba a nuestros entrevistados, puede que en un estrato social superior no fuese tan precario el acceso como a los integrantes del grupo II. Por tanto, podemos afirmar que, ante un análisis diacrónico, si existen cambios socioculturales entre clases, los eventos como el botellón constituyen dos elementos: la excepción que confirmaba la regla dentro de los comportamientos lúdicos, así como la expresión de la propia regla, en tanto que constituían espacios de interacción grupal atomizadas: Tenían una geografía sociocultural propia. Si continuamos este razonamiento, llegaremos a la conclusión y que existen, tanto simbólica como espacialmente fronteras lúdicas. Sus características hipotéticas serían sus condicionamientos socioeconómicos y de gusto, siendo estas dos las que condicionen la permeabilidad o no de la frontera. Las cartografías lúdicas

pueden mostrar, con un análisis exhaustivo de la muestra, mostrar las zonas y espacios en los que se han desarrollado las zonas de ocio, así como sus tomas y abandonos del espacio.

En conclusión, las muestras aportadas por los grupos de discusión, así como sus usos y sentidos aportados a las interfaces muestran, desde un grado cero las posibilidades y usos sociales de las mismas, y las construcciones de las identidades culturales de la Juventud. Con este breve artículo hemos querido mostrar las posibilidades de una metodología centrada en los entrevistados, y que se alimente de sus descripciones, algo para lo que tiene que servir cualquier investigación de tipo histórico e interdisciplinar.

Referencias bibliográficas

- Bolter, D. & Grusin, R. (2011). Inmediatez, hipermediación y remediación. Cuadernos de información y comunicación. 16, 29-57.
- Bourdieu, P. (2012 [1979]). La distinción: criterios y bases sociales del gusto. Madrid-España: Taurus.
- Caillois, R. (1986 [1967]) Los hombres y los juegos. Ciudad de México-México: Fondo de Cultura Económica.
- Carlson, C. & Scolari, C. (2009). El fin de los medios masivos. Madrid-España: Crujía.
- Castañares Burcio, W. (1994). De la interpretación a la lectura. Madrid-España: Parteluz.
- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Madrid. España: Alianza.
- Coverley, M. ([2006]/2014). Psicogeografía. Barcelona-España: Carpenochem.
- D'Agostini, F. (2010). Analíticos y continentales: una guía de la filosofía de los últimos treinta años. Barcelona-España: Cátedra.
- Huizinga, J. (2017 [1938]). Homo Ludens. Madrid-España: Alianza.
- Lefebvre, H. (2013/1976). La producción del espacio. Madrid-España: Capitán Swing.
- Levi, G. (2004). Sobre microhistoria. En Burke, P. (2004). Formas de hacer historia. (pp. 119-144). Madrid-España: Alianza.
- López Gómez, A. (2007). La Córdoba golfa (1950-2000). Córdoba, España: Almuzara.
- López Hidalgo, H. (2018). Interfaz narrativa e interfaz digital: Análisis del discurso de la identidad juvenil a través de los juegos de Rol en Córdoba Capital (1990-2015) (Artículo inédito). Servicio de publicaciones de la Universidad de Sevilla. Sevilla.
- Marzo, J. L. (2015). La genealogía líquida de la interfaz. Artnodes: revista de arte, ciencia y tecnología 16, 5-16.
- Mcluhan, M., & Mcluhan, E. (1981). Las leyes de los medios. Toronto-Canada: Toronto University Press Service.
- Munford, L. (2014/1967). El mito de la máquina. Técnica y evolución humana. Logroño-España: Pepitas de Calabaza.

EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL PARA LA PROMOCIÓN DEL DEPORTE POR PARTE DE LA ADOLESCENCIA SEGOVIANA

D^a. Yarianys González Ocanto

Universidad de La Habana, Cuba

Dra. Ana Teresa López Pastor

Universidad de Valladolid, España

Dr. Miguel Vicente Mariño

Universidad de Valladolid, España

Resumen

Este artículo surge de una experiencia aplicada al uso del teléfono móvil y de las redes sociales digitales en adolescentes. El objetivo es conocer su pertinencia para fomentar la práctica deportiva en adolescentes con tendencia sedentaria, más allá de las horas obligatorias en el currículum escolar, a través de su participación libre en el deporte extraescolar durante su tiempo de ocio. El desarrollo de la experiencia ha sido participativo, facilitando una acción colectiva en la que chicas y chicos adolescentes diseñan e implementan su propia propuesta a través de *Instagram*. Realizado en Segovia capital, toma como caso de estudio el *Programa Integral de Deporte Escolar del Municipio de Segovia* (PIDEMSG). Desde una perspectiva cualitativa se analiza el uso que hace la población adolescente de las redes sociales, de cara a la creación de una campaña comunicativa. Técnicas implementadas: análisis bibliográfico-documental, entrevistas semiestructuradas, observación no participante y talleres-encuentros basados en dinámicas grupales, en tres etapas: a) familiarización e información, b) propuesta de campaña, y c) diseño de campaña. Este proceso fue completado por cuatro grupos diferentes, de 6-10 escolares, de distintas edades, institutos de procedencia y preferencia de actividad física. La implicación en el programa municipal de deporte escolar y el género son ejes importantes en el conjunto de la investigación. El principal resultado es la participación de adolescentes en la creación de una propuesta comunicativa para incentivar el deporte en sus iguales a través de la red social *Instagram*, canalizando la mayor parte de sus acciones a través de terminales móviles.

Palabras clave

teléfono móvil, redes sociales, adolescencia, deporte, estilo de vida, investigación participativa, *Instagram*, Segovia.

1. Introducción

La evolución de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) ha revolucionado nuestra sociedad, principalmente en la forma de relacionarse. Por lo general, la población adolescente suele interesarse por las últimas novedades tecnológicas, cada vez desde edades más tempranas (Muñoz-Miralles, et Al., 2014), sobre todo si posibilitan su integración en su entorno digital. Para ello, actualizan constantemente las aplicaciones correspondientes a sus dispositivos móviles; ya sean ordenadores portátiles, tabletas, videoconsolas portátiles, reproductores digitales, relojes y/o teléfonos inteligentes, entre otros.

Teléfono móvil y sus usos

El dispositivo más utilizado es el teléfono inteligente, también conocido como móvil, teléfono móvil, teléfono celular o *smartphone*. La mayoría de adolescentes tiene un móvil y diversos estudios indagan sobre sus usos.

El principal uso que hace la población adolescente del teléfono móvil es como medio de comunicación personal: establecer y mantener las relaciones con sus amistades es fundamental en la adolescencia, por lo que el teléfono móvil se vuelve un facilitador de la socialización. En este sentido, su empleo también brinda un reconocimiento social o estatus, pues permite la participación tanto en el grupo de pares como en otros grupos de interés, como la familia, que lo convierte en un instrumento de localización o control paterno (Aguaded-Gómez, 2011; Aguaded & Cruz-Díaz, 2014; Castellana, Sánchez-Carbonell, Graner, & Beranuy, 2007; García & Monferrer, 2009; Martínez & Espinar, 2012).

Aunque algunos, como De la Villa y Suárez (2016) y García y Monferrer (2009), advierten sobre los posibles riesgos asociados a un uso indebido de estas nuevas tecnologías, otras investigaciones (Turkle, 2011 y Baym, 2011, en Vidales-Bolaños y Sádaba-Chalezquer, 2017) destacan su impacto positivo en las propias relaciones offline (cara a cara) que propician. La mayoría de adolescentes demuestran capacidad para compaginar interacciones dentro y fuera de la red, siendo en muchas ocasiones la comunicación en línea facilitadora de la que se realiza fuera de ella.

De acuerdo con investigaciones del Observatorio de la Juventud en España, desde 2007 la telefonía móvil se ha convertido en una “herramienta imprescindible para el discurrir social de las personas, y especialmente para el desenvolvimiento y socialización de la juventud” (INJUVE, 2007, p. 6). Según estadísticas del mismo año, el 94% de los jóvenes entre 15 y 19 años disponen de teléfono móvil y el 76% hace un uso constante de su móvil (INJUVE, 2011). En el 2016, el incremento es notable con un 93% de jóvenes que usan el teléfono móvil a diario (Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital,

2017), afianzando su relevancia en la vida y actividad cotidiana de jóvenes y adolescentes.

Hoy en día, el teléfono móvil se considera bastante o muy útil, según Ballesteros y Megías (2015), para “estar en contacto” con los amigos (91%) y “escuchar música” (73%), seguido de “buscar información” (42%), “ligar” (28%), y de forma más minoritaria (aunque reseñable, por ser un dispositivo que hasta hace poco no estaba diseñado para tales menesteres), “jugar online” (19%) y “ver películas, series, etc.” (17%) (ver Figura 1).

Figura 1. Tabla con el grado de utilidad del teléfono móvil para diferentes actividades en Internet. Datos en %

| | NINGUNA | POCA | REGULAR | BASTANTE | MUCHA | NS/NC |
|---|---------|------|---------|----------|-------|-------|
| Estar en contacto con tu grupo de amigos | 1,2 | 0,6 | 6,3 | 15,8 | 75,1 | 1,0 |
| Buscar información (por estudios, trabajo, o información general) | 9,8 | 19,9 | 28,3 | 23,6 | 18,0 | 0,5 |
| Escuchar música | 5,7 | 8,9 | 12,3 | 22,8 | 49,6 | 0,6 |
| Ver películas, series y otros contenidos | 38,2 | 28,5 | 16,0 | 8,2 | 8,6 | 0,5 |
| Ligar | 32,9 | 17,0 | 20,6 | 16,0 | 11,8 | 1,7 |
| Jugar online | 41,4 | 22,3 | 16,6 | 11,0 | 8,2 | 0,4 |

Fuente: Ballesteros y Megías (2015, p.19).

Si bien hace una década la utilización del teléfono móvil se concentraba en conversaciones con amigos, en primer lugar, y con familiares, hoy su cualidad multiuso posibilita la realización de actividades simultáneas (Berríos & Buxarrais, 2005; García & Monferrer, 2009; Ferrés, J. & Al., 2011; Lago, 2015; Llamas & Pagador, 2014; Martínez & Espinar, 2012). Además de la gestión de relaciones sociales y grupos de referencia y/o pertenencia, el teléfono móvil se ha convertido en una herramienta de entretenimiento, relacionada con juegos y/o videojuegos, pero sobre todo con el acceso a la información que brinda Internet.

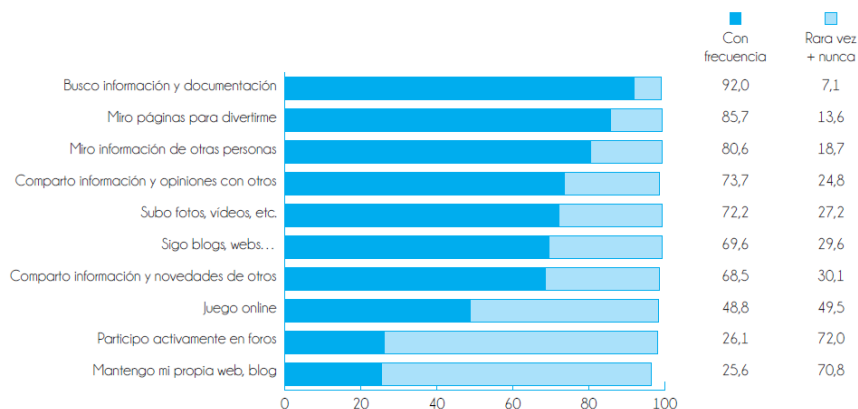
Usos de Internet

El desarrollo de un espacio virtual ha posibilitado la creación de diversos servicios disponibles para los usuarios, incluso de manera más económica. En este momento, es sencillo acceder a Internet desde el teléfono móvil, cuando hace unos años resultaba complicado. Por lo tanto, es comprensible que en ese momento no fuese su principal función, a diferencia de hoy que se ha convertido en el principal dispositivo tecnológico para acceder a internet.

Desde 2007 era notable el uso de Internet por los jóvenes (70%), sobre todo adolescentes (76%), posiblemente relacionado con la incorporación de las TIC al proceso educativo. Esta cifra ha aumentado considerablemente, pues en 2016 el 93% de los jóvenes usan Internet a diario (Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, 2017).

Cada vez más, los jóvenes y adolescentes son nativos digitales, pues todo su proceso vital se ha desarrollado en convivencia con dispositivos tecnológicos conectados en red. Por tanto, sus prácticas sociales giran en torno a las particularidades de la red como nueva forma de comunicación en nuestra sociedad. De ahí también su uso en disímiles espacios de la vida cotidiana: escuela, hogar, casa de amigos, espacios públicos y de reunión, entre otros (Lago, 2015).

Gráfico 2. Frecuencia con la que se realizan determinadas actividades en Internet



Fuente: Ballesteros y Megías (2015, p. 13).

Actualmente, la facilidad de acceso a Internet tiene una relación positiva con la existencia de diversos dispositivos y tecnologías que permiten conectarse a la red. Si bien la frecuente utilización de Internet desde diferentes equipos tecnológicos responde, fundamentalmente, a intereses informativos y de comunicación. Eso explica que el público de interés para la presente investigación –jóvenes de 15 a 19 años- recurra a la web para la búsqueda de información y de contenidos diversos (el 92% busca información y documentación, el 70% sigue webs o blogs); la mera diversión (un 86% mira páginas para divertirse y el 49% juega online); y la mayor o menor interacción personal, siempre alrededor de las redes sociales (81% mira información de los perfiles, vidas y comentarios de otras personas, 74% comparte información y opiniones con otras personas, 72% sube fotos y/o vídeos, y 68% comparte/reenvía información y novedades de otros) (ver Gráfico 2).

Los jóvenes prefieren Internet a las consultas personales y priorizan su contenido frente a otros referentes tradicionales, tanto frente a sus iguales como a personas con formación específica. También, por lo general, comparten la información encontrada en las redes sociales (Blázquez et al., 2017).

Importancia y usos de las redes sociales en la adolescencia

Las redes sociales digitales se definen como herramientas telemáticas de comunicación con base en la Web, organizadas por perfiles personales o profesionales de los usuarios (Castañeda, 2010). En esta plataforma virtual los usuarios (perfiles personales, profesionales e/o institucionales) pueden crear, compartir e intercambiar contenido generado por otro usuario, lo que describe su interacción virtual (Kaplan y Michael, 2010, en Buechel & Berger, 2016).

Actualmente, según los motores de búsqueda en Internet (por ejemplo, blogs como multiplicalia.com), las redes sociales más utilizadas son Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, Google+, Twitter y Snapchat. En este caso, y por lo general, todas son de libre acceso y la cuenta se crea de forma gratuita, aunque algunas requieren de una invitación para crear una cuenta en ellas o brindan formas de pago para acceder a determinadas prestaciones.

El objetivo más importante de las redes sociales es facilitar la conexión y la comunicación entre quienes la conforman, rebasando las barreras geográficas. De hecho, hacen posible la interacción entre usuarios en tiempo casi real a partir de los perfiles creados y, al mismo tiempo, comparten conteni-

dos de diversos temas e información personal (biografía, intereses, pensamientos, actividades, experiencias) a través de mensajes de texto, imágenes, audios y vídeos.

En los últimos años el uso de redes sociales digitales por adolescentes muestra un aumento cada vez más significativo. Diversos autores han abordado el uso de las redes sociales en adolescentes y jóvenes (Almansa, Fonseca & Castillo, 2013; Bernal y Angulo, 2013; García, del Hoyo & Fernández, 2014; García, Fernández & Porto, 2017; Llamas & Pagador, 2014; Pujazon-Zazik & Park, 2010), coincidiendo todos en su importancia para el crecimiento personal y el desenvolvimiento social de estos usuarios.

Sin embargo, la percepción de uso excesivo que tiene la juventud sobre los usos de las redes sociales es de un 52% (“algo excesivo” más “claramente excesivo”), mientras que sólo el 8% afirma que su tiempo en redes sociales es escaso (“algo escaso” más “claramente escaso”) (ver Tabla 1).

Tabla 1. Valoración sobre el tiempo de uso de las redes sociales. Datos en %

| | N | EN REDES SOCIALES |
|----------------------------|----------|--------------------------|
| Claramente excesivo | 113 | 13,8 |
| Algo excesivo | 312 | 38,1 |
| Lo justo | 324 | 39,6 |
| Algo escaso | 56 | 6,8 |
| Claramente escaso | 10 | 1,2 |
| NS/NC | 3 | 0,4 |
| Total | 818 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de Ballesteros y Megías (2015, p. 21).

En consonancia con investigaciones previas, la población adolescente utiliza las pantallas principalmente para comunicarse (chat, SMS, email), conocer (visitar páginas web, descargar contenidos...), compartir (fotos, vídeos, enlaces, comentarios...), divertirse (juegos, radio y televisión digitales...) y consumir (compras online). Hoy día todas estas prestaciones se encuentran en las redes sociales.

Un elemento relevante que aportan las estadísticas analizadas es precisamente la opinión de los jóvenes sobre determinadas ideas en relación a las redes sociales. En este sentido, Ballesteros y Megías (2015) explican que las ideas que más acuerdo suscitan son que las redes “facilitan la comunicación entre las personas” (7,51), “permiten controlar más a las personas” (7,49),

“facilitan mentir sobre uno mismo” (7,24) y “provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas” (7,03). Por tanto, confirman que tras el mayor acuerdo respecto a la capacidad de las redes sociales como agente mediador y facilitador de las relaciones, hay una serie de contrapartidas, desde el control y el engaño al acomodamiento (ver Figura 2).

Varios estudios abordan usos problemáticos de las redes sociales, como el cyberbullying o agresiones cibernéticas (Buelga & Pons, 2012), insultos y vejaciones, usurpación de identidad y acoso sexual, así como el consumo excesivo de Internet y del teléfono móvil (De la Villa & Suárez, 2016; Muñoz-Miralles et Al., 2014) que realizan adolescentes. Como consecuencia de esos usos disfuncionales, se presenta en adolescentes insatisfacción vital, escasa cohesión grupal y débil apoyo familiar, tendencia a la introversión, pensamientos negativos, incomodidad con las relaciones sociales presenciales y conflictos identitarios, siendo más común en las chicas la baja autoestima (Buelga & Pons, 2012; De la Villa & Suárez, 2016).

Figura 2. Tabla con los grados de acuerdo respecto a determinadas ideas en relación a las redes sociales. (Escala 1-10: 1 = Totalmente en desacuerdo / 10 = Totalmente de acuerdo)

| | N | MEDIA | DESV TÍPICA |
|--|-----|-------|-------------|
| Facilitan la comunicación entre personas | 811 | 7,51 | 2,364 |
| Permiten controlar más a las personas | 813 | 7,49 | 2,31 |
| Facilitan mentir sobre uno mismo | 814 | 7,24 | 2,53 |
| Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas | 813 | 7,03 | 2,339 |
| Hacen que las relaciones sean más impersonales | 815 | 6,88 | 2,338 |
| Suponen una pérdida de intimidad | 809 | 6,83 | 2,413 |
| Ayudan a ligar | 817 | 6,31 | 2,353 |
| Aíslan a la gente | 817 | 6,24 | 2,643 |
| Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre | 817 | 6,06 | 2,262 |
| Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias | 815 | 6,04 | 2,543 |
| Facilitan las oportunidades laborales | 814 | 5,96 | 2,204 |
| Permiten las relaciones sin compromiso | 816 | 5,64 | 2,445 |
| Hacen que el grupo de amigos esté más unido | 815 | 5,63 | 2,373 |
| Hacen que la gente sea más eficiente y competente | 815 | 4,43 | 2,217 |

Fuente: Ballesteros y Megías (2015, p. 27).

Además, el uso excesivo conlleva al deterioro de las relaciones sociales, incluso con la familia, y puede asociarse a otros comportamientos de riesgo, como el consumo de sustancias tóxicas (Sánchez-Martínez & Otero, 2010).

Partiendo de estos datos, existen propuestas para mejorar el uso de las TIC y prevenir los posibles daños (Young, 1999, en Castellana, Sánchez-Carbonell, Graner & Beranuy, 2007). Otras propuestas recomiendan el uso de estas tecnologías como medio de socialización básico de la adolescencia, a través del cual se recuperen las formas clásicas de diversión, ninguna mejor o peor, solo cada una con ventajas y desventajas, teniendo en cuenta el paralelismo entre contextos tecnológicos y el contexto presencial (Llamas & Pagador, 2014; Solano, González & López, 2013). Los objetivos planteados por la población joven en las redes sociales son referentes para la presente investigación. Tales usos de la plataforma digital acentúan la pertinencia de convertir a los propios adolescentes en realizadores y promotores de una propuesta comunicativa que incentive la práctica deportiva entre sus iguales como estilo de vida saludable.

Actualmente, muchos agentes sociales comparten criterios sobre la necesidad de promocionar la actividad física y el deporte como un estilo de vida saludable que debe incorporarse a la rutina diaria de la ciudadanía. Hacer que la actividad físico-deportiva forme parte de la cotidianidad de las personas depende, en gran medida, del hábito que se logre fomentar, especialmente desde edades tempranas.

La población adolescente española presenta unos bajos niveles de actividad física. Solo el 14% de las chicas alcanza los niveles mínimos solicitados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para jóvenes mayores de 5 años (una hora diaria de actividades de intensidad moderada a vigorosa), ascendiendo este porcentaje entre los chicos, de 13 a 17 años, al 50% (Ansedo, 2016). En consecuencia, nuestro proyecto indaga en las posibilidades de que una estrategia de comunicación diseñada y creada colaborativamente con y desde los propios jóvenes pueda resultar más eficaz que algunas de las puestas en marcha con anterioridad.

2. Metodología

En nuestra investigación analizamos los usos del teléfono móvil, de Internet y, fundamentalmente, de las redes sociales digitales que hace la población adolescente, con el objetivo de conocer su pertinencia para fomentar la práctica deportiva en adolescentes con tendencia sedentaria, más allá de las horas obligatorias en el currículum escolar, a través de su participación libre en el deporte extraescolar durante su tiempo de ocio. Tomamos como caso de estudio el PIDEMSG.

Con un propósito descriptivo, proponemos un diseño de investigación cualitativa a partir de un estudio de caso único para analizar las características más generales de la conceptualización y significación de las redes sociales digitales y sus usos en la adolescencia. Tras resumir los datos existentes sobre el consumo de redes sociales digitales por los adolescentes a través del análisis documental, nos centramos en la población adolescente de Segovia que participaba en el PIDEMSG, así como en adolescentes que no participaban ni realizaban práctica deportiva ordinaria, al margen de la reglada en horario escolar. La realización de entrevistas semiestructuradas al Coordinador General e Investigador Principal del PIDEMSG y al Coordinador del programa para Educación Secundaria completó la información general. Siguiendo el patrón de la investigación-acción participativa, implementamos la observación no participante en entrenamientos y encuentros deportivos y el desarrollo de dinámicas grupales con carácter informal dentro de talleres colaborativos.

Los talleres se realizaron en tres etapas: a) familiarización e información, b) propuesta de campaña, y c) diseño de campaña. La propuesta y el diseño de la campaña fueron realizados por un equipo creativo compuesto por adolescentes implicados y no implicados en el PIDEMSG. Dos chicos y tres chicas fueron responsables de las decisiones tomadas en el proceso de creación de la campaña.

Bajo el paradigma de la Comunicación para el Cambio social y en el marco de los procesos de Educación Popular de América Latina, tomando como centro la comunicación dialógica de Paulo Freire, se desarrolla un proceso participativo a través de los talleres-encuentros. El proceso fue completado por cuatro grupos diferentes, compuestos por 35 adolescentes, 14 chicas y 21 chicos, con entre seis y diez miembros cada grupo, que podían conocerse o no, con un rango de edades comprendido entre 12 y 16 años, y procedentes de diferentes cursos escolares (1º, 2º, 3º y 4º) de los Institutos de Educación Secundaria (IES) Mariano Quintanilla y María Moliner, y del Colegio Concertado Madres (MM) Concepcionistas. A su vez, presentaban diferencias en cuanto a su grado de preferencia por la actividad física. El análisis de datos se realizó a través de la triangulación de los resultados obtenidos, una vez terminada la fase de recogida de información.

3. Resultados

El principal reto de nuestra investigación ha sido lograr la participación activa de la población adolescente en la promoción de un estilo de vida saludable a través de la práctica de actividades físicas y deportivas. Pensamos en un enfoque de investigación participativa, que de manera atractiva y dinámica permitiera involucrar a adolescentes de ambos géneros por igual. Para ello era preciso quebrar la tradicional jerarquía del educador sobre el

educando existente en muchas aulas, reemplazando la mirada investigadora para aprender a mirar como adolescentes. Era el momento de reservar nuestros saberes y dar voz a los jóvenes protagonistas, pues para llegar a ellas y ellos debemos andar en sus caminos.

De ahí la pertinencia de asumir el paradigma de la Comunicación para el Cambio Social, un cambio protagonizado por los propios sujetos implicados. Por tanto, los talleres-encuentros fueron propicios para escuchar las propuestas de la población adolescente.

En primer lugar, la población adolescente del PIDEMSG reconoce la importancia de la práctica deportiva, identificando como sus motivaciones la preferencia por la actividad deportiva, el deseo de compartir con los amigos, la posibilidad de mejorar el rendimiento deportivo y practicar deportes de manera lúdica -más acusado entre los chicos-, así como cuidar su condición física, realizar actividades novedosas y ocupar su tiempo libre. Teniendo en cuenta la advertencia de autores, como Buelga y Pons (2012), sobre la victimización fundamentalmente de las chicas adolescentes a través de Internet, podría considerarse el deporte como un espacio para educar en valores como el respeto, el compañerismo, la disciplina, el trabajo en equipo, entre otros.

En segundo lugar, los propios adolescentes del PIDEMSG sugieren el uso de mensajes relacionados con la diversión, el bienestar, los amigos y el aprendizaje para involucrar a otros adolescentes en la práctica deportiva. Las chicas del Deporte Escolar se identifican como simpáticas y agradables, un indicador importante para facilitar las relaciones de amistad dentro del programa. Esto queda reflejado en los resultados de los talleres, donde adolescentes plantean: M6-“Que puedes hacer amigos”; M5- “Sí, puedes hacer amigos también. ¡Somos súper majas! ¡Súper! ¡Súper!”.

Estas adolescentes se perfilan como agentes promotores de mensajes dirigidos, sobre todo, a otras chicas.

A pesar de que la población adolescente no se identifica directamente como protagonista de esos mensajes, rol que pocas veces la sociedad admite, propone temáticas que según los conceptos sociológicos de grupo y de relaciones primarias funcionan mejor entre iguales (García, Fernández & Porto, 2017; García & Monferrer, 2009). De hecho, existe una disposición favorable por parte de la población adolescente del programa de deporte para colaborar con otros jóvenes: H7: “Les podríamos enseñar un poco y si le gusta pues...”.

Se puede deducir que la población adolescente presta a enseñar también confirma su cooperación para estimular la actividad física y el deporte entre sus iguales.

En tercer lugar, la idea de incentivar la práctica deportiva de adolescente a adolescente se encontraba ante la disyuntiva del cómo. En este sentido, la población adolescente propone una serie de acciones, que en su mayoría hace protagonistas a los chicos y chicas del PIDEMSG, lo que no exime la participación de adolescentes no implicados. La propuesta se basa en cinco acciones:

1. Promocionar la diversión entre amigos que se origina en el programa de Deporte Escolar: M6: “A que jueguen y se echen unas risas”; M5: “La risa es muy importante”.
2. Organizar partidos para que jueguen y experimenten algún deporte: M6: “En plan, cogerlas algún día, en plan extranjis (sic) y ponerlas a jugar algún partido”; M1: “O que experimenten haciendo algún deporte y a lo mejor les termina gustando”.
3. Desarrollar actividades en las calles para llamar la atención de adolescentes: M5: “Actividades”; M4- “Claro”; M5- “...por la calle, por ejemplo”.
4. Explicar el PIDEMSG y la importancia del deporte de forma más atractiva a través de charlas en los institutos: M5: “Dando charlas”; M4: “En el instituto”; M4: “Ir como por los institutos diciendo todo lo que puedes hacer, en qué horarios, qué ventajas tiene...”; M1: “Pero le dicen de boca en boca y a lo mejor no se entera”.
5. Hacer campañas con información sobre el deporte y el PIDEMSG a través de distintos medios de comunicación: H1: “Eh... carteles”; M3: “Campañas, carteles”; H3: “Te estamos buscando para escolares”; H1: “En la Televisión”; M2: “Promoviéndolo mucho más”; M4: “Y las redes sociales también”; H1: “¡Es verdad redes sociales! +Hashtag Escolares+”; H1: “+¡Twitter, Instagram!+”; M3: “Instagram” [y varias chicas dicen lo mismo]; H1: “Haciendo vídeo (bbbb) o algo (...) Y creando una cuenta que sea escolares”.)

Como hecho significativo, adolescentes del programa reconocen la efectividad de los medios de comunicación, específicamente las redes sociales, y de la comunicación interpersonal, la cual entienden que no llega a todos. El equipo creativo selecciona *Instagram* como canal de comunicación para transmitir la campaña de deporte escolar, pues si bien es una de las redes sociales digitales propuestas en los talleres este grupo de adolescentes considera que es la más utilizada entre sus iguales. Además, toman en consideración las oportunidades que ofrece el uso del teléfono móvil e internet para alcanzar a la población adolescente, potenciando su valor educativo en aras de promover la práctica deportiva como estilo de vida saludable.

4. Discusión

El paradigma de Comunicación para el Cambio Social y los procesos de Educación Popular de América Latina sientan las bases del enfoque participativo de esta investigación. A partir de las propuestas de autores como Paulo Freire (2010) y Manuel Chaparro (2015), se considera el empoderamiento de los educandos como recurso de transformación social e individual que necesariamente se debe construir desde el diálogo y la descolonización de los imaginarios.

Nuestro estudio hace una aproximación al conocimiento cuantitativo y cualitativo del uso de redes sociales por la población adolescente. A partir de información estadística actualizada, corroboramos la potencialidad de las redes sociales para estrategias y acciones comunicativas entre adolescentes.

En la sociedad occidental en general, y en la española en particular, se puede observar un crecimiento significativo de los hábitos sedentarios de la población en edad escolar. Las actividades de ocio cada vez más están vinculadas a los avances tecnológicos, de ahí la necesidad de su utilización desde una perspectiva educativa.

La investigación llevada a cabo con estudiantes de Educación Secundaria de diversos institutos de Segovia capital, tanto chicos como chicas, a lo largo de nueve talleres, se ha centrado en el análisis de la práctica deportiva en adolescentes, la valoración del programa de Deporte Escolar y la realización de una campaña de comunicación a través de la red social *Instagram* de adolescentes para adolescentes con el propósito de incentivar la práctica deportiva. Asimismo, se ha logrado la colaboración de los coordinadores y monitores del PIDEMSG para facilitar el trabajo con la población adolescente y, por tanto, la realización de la campaña.

Entre las acciones que propone la población adolescente para incentivar la práctica deportiva entre sus iguales reconocen la importancia de la comunicación. Si bien el PIDEMSG tiene presencia en redes sociales, su gestión comunicativa es insuficiente y, a pesar de la buena voluntad, no permite el puente deseado entre el programa y los escolares.

La investigación también ha presentado algunas limitaciones, sobre todo relacionadas con cuestiones prácticas del proyecto. La recogida de datos primarios se ha centrado en las voces de adolescentes. Si bien se realizaron entrevistas a otros agentes involucrados en la práctica deportiva de escolares, no se obtiene una representación de los agentes. Además, no ha sido posible la aplicación de un instrumento de investigación que brinde una información más generalizada sobre el estado de la cuestión: por ejemplo, aplicar un cuestionario a una muestra más amplia de adolescentes. Por último, el tiempo disponible para la investigación ha sido insuficiente para lograr una mayor implicación de la población adolescente en las diferentes

etapas de la campaña. De ahí que no se desarrollaron las tres variantes comunicativas propuestas.

A pesar de estas limitaciones, ha sido posible lograr la participación de adolescentes, como agentes de cambio, en la creación de la propuesta comunicativa. No solo se ha obtenido información de las fuentes primarias del estudio, sino que este modelo participativo ha convertido en creadores de la campaña a su propio público objetivo, pues ha dado voz a adolescentes no implicados con la actividad deportiva.

Futuras investigaciones pueden continuar potenciando la participación ciudadana en proyectos de comunicación para el cambio social, por lo que consideramos pertinente la elaboración de estudios similares en otras ciudades de Castilla y León y de España. Asimismo, se propone desarrollar esta línea de investigación, tomando el caso de Segovia como un referente para otros contextos culturales, ya sea dentro del espacio europeo o latinoamericano.

Referencias bibliográficas

- Aguaded-Gómez, J. I. (2011). Niños y adolescentes: nuevas generaciones interactivas. *Comunicar*, XVIII (36), 7-8. doi: <https://doi.org/10.3916/C36-2011-01-01>
- Aguaded, I., & Cruz-Díaz, R. (2014). O grau de competência em comunicação audiovisual entre os cidadãos da Andaluzia (Espanha). *Comunicação & Educação*, 19(1), 67-72. doi: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v19i1p67-72>
- Almansa, A., Fonseca, O. & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, XX (40), 127-135. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- Ansede, M. (22 de diciembre del 2016). El 86% de las adolescentes españolas no realiza la actividad física recomendada por la OMS. Un informe alerta sobre el peligroso sedentarismo de los jóvenes en España. *El País*. Madrid, España. http://elpais.com/elpais/2016/12/20/ciencia/1482262626_601000.html (Recuperado 12 de enero de 2018).
- Ballesteros, J. C. & Megías, I. (2015). Jóvenes en la red: un selfie. Madrid: FAD.
- Bernal, C. & Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, XX (40), 25-30. doi: <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-02>
- Berríos, A. & Buxarrais, M. R. (2005). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes. Algunos datos. *Monografías virtuales. Ciudadanía, democracia y valores en sociedades plurales*, (5).
- Blázquez, M., et Al. (2017). Uso de Internet por los adolescentes en la búsqueda de información sanitaria. *Atención Primaria*, 1-6.
- Buechel, E. C., & Berger, J. (2016). Motivations for consumer engagement with social media. En Claudiu V. Dimofte, Curtis P. Haugtvedt y Richard F. Yalch (Eds.), *Consumer Psychology in a Social Media World* (pp. 3-22). New York: Routledge.
- Buelga, S. & Pons, J. (2012). Agresiones entre Adolescentes a través del Teléfono Móvil y de Internet. *Psychosocial Intervention*, 21 (1), 91-101.
- Castañeda, L. (Coord.) (2010). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: MAD.

- Castellana, M., Sánchez-Carbonell, X., Graner, C., & Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28 (3), 196-204.
- Chaparro, M. (2015). Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. *La distopía del desarrollo*. Bogotá: Ediciones desde abajo.
- De la Villa, M. & Suárez, C. (2016). Factores de riesgo en el uso problemático de Internet y del teléfono móvil en adolescentes españoles. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 7, 69-78.
- Freire, P. (2010). *Cartas a quien pretende enseñar*. (2ª ed.). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Ferrés, J. & Al. (2011). Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España. Madrid: Ministerio de Educación.
- García, M. C., del Hoyo, M. & Fernández, C. (2014). Jóvenes comprometidos en la Red: el papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, XXII (43), 35-43. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-03>
- García, M. C., Fernández, C. & Porto, L. (2017). Empoderamiento de los jóvenes a través de las redes sociales. Construcción de una ciudadanía digital comprometida. *Communication & Society*, 30 (3), 129-140.
- García, M. C. & Monferrer, J. M. (2009). Propuesta de análisis teórico sobre el uso del teléfono móvil en adolescentes. *Comunicar*, XVII (33), 83-92.
- INJUVE (2007). Sondeo de opinión (2a encuesta). Uso de tecnologías, ocio y tiempo libre e información [Folleto].
- INJUVE (2011). Sondeo de opinión. Jóvenes y TIC [Folleto].
- Lago, S. (2015). Los jóvenes, las tecnologías y la escuela. En S. Lago Martínez (Coord.), *De tecnologías digitales, Internet y educación formal. Retratos de los planes "una computadora, un alumno"*. Buenos Aires: Editorial Teseo.
- Llamas, F. & Pagador, I. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Enseñanza & Teaching*, 32 (1), 43-57.
- Martínez, R. & Espinar, E. (2012). Adolescentes y tecnologías de la información y la comunicación en España. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 7 (1), 109-122.

- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital y ONTSI (2017). La Sociedad en Red. Informe anual 2016 [Presentación]. http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/Presen-taci%C3%B3n%20Informe%20Anual%202016%20%28Edici%C3%B3n%20%202017%29_o.pdf (Recuperado el 17 de febrero de 2018)
- Muñoz-Miralles, R., et Al. (2014). Acceso y uso de nuevas tecnologías entre los jóvenes de educación secundaria, implicaciones en salud. *Estudio JOITIC. Aten Primaria*, 46 (2), 77-88.
- Pujazon-Zazik, M. & Park, M. J. (2010). To Tweet, or Not to Tweet: Gender Differences and Potential Positive and Negative Health Outcomes of Adolescents' Social Internet Use. *American Journal of Men's Health*, 4(1) 77-85.
- Sánchez-Martínez, M. & Otero, A. (2010). Usos de internet y factores asociados en adolescentes de la Comunidad de Madrid. *Atención Primaria*, 42 (2), 79-85.
- Solano, I. M., González, V., & López, P. (2013). Adolescentes y comunicación: las TIC como recurso para la interacción social en educación secundaria. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (42), 23-35.
- Vidales-Bolaños, M.-J. & Sádaba-Chalezquer, C. (2017). Connected Teens: Measuring the Impact of Mobile Phones on Social Relationships through Social Capital. *Comunicar*, XXV (53), 19-27.

SOCIALIZACIÓN, OCIO Y ENTRETENIMIENTO, LOS PRINCIPALES USOS DEL SMARTPHONE EN NATIVOS DIGITALES DE EDUCADOR

Dra. Diana Rivera Rogel

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Dra. Andrea Velasquez Benavides

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Mgtr. Claudia Rodríguez-Hidalgo

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Resumen

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están cada vez más presentes en la vida de las personas en todo el mundo, y el acceso a los diversos dispositivos digitales, como el *smartphone*, se produce a edades cada vez más tempranas. En Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) estableció que hasta el año 2016, el 68.9% de la población comprendida entre 5 y 15 años, y el 65.3% entre 16 y 24 años de edad, posee al menos un *smartphone* activo.

Entre los usos que esta población le da se enumeran diversos, y casi ninguno relacionado al de un teléfono tradicional, ello debido a que este dispositivo facilita el consumo de contenidos multimedia, así como la elaboración de videos y fotografías, y el almacenamiento de datos en general.

La presente investigación se enfoca en el uso que los nativos digitales dan a sus *smartphones* al tiempo de relacionarlo con sus hábitos de consumo; para ello se aplicó una encuesta nacional a 7503 jóvenes de todo el país, cuyas edades oscilan entre los 14 y 18 años y que cursan el nivel de educación media.

Entre los hallazgos más relevantes se determinó que el *smartphone* constituye la principal vía de acceso a Internet por parte de los *nativos digitales*, ya sea en sus hogares, lugares de estudio o centros de entretenimiento, y que entre los principales usos que le dan está navegar en Internet y redes sociales, escuchar música y chatear con amigos a través de aplicaciones de mensajería instantánea, mientras las llamadas no tienen un uso preferente. Del mismo modo se estableció que las redes sociales constituyen las principales fuentes de información y placer de los nativos digitales, a las que se suman ver videos en YouTube y jugar en el *smartphone*.

Palabras clave

Nativos digitales, TIC, *smartphone*, consumo de Internet.

1. Los nativos digitales y las TIC

El término nativo digital fue popularizado por Prensky (2001) al hacer referencia a una nueva generación de personas que se caracterizaba por poseer altos niveles de comprensión y adaptación hacia las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), sumado a la capacidad de desarrollar múltiples tareas, la preferencia por gráficos sobre los textos, la apertura para compartir contenidos y realizar trabajo en red y la dependencia de la tecnología para mantener contacto y desarrollar relaciones sociales.

Constituyen la primera generación formada en los nuevos avances tecnológicos, a los que se han acostumbrado por inmersión al encontrarse, desde siempre, rodeados de ordenadores, vídeos y videojuegos, música digital, telefonía móvil y otros entretenimientos y herramientas afines. En detrimento de la lectura (en la que han invertido menos de 5.000 h), han dedicado, en cambio, 10.000 h a los videojuegos y 20.000 h a la televisión, por lo cual no es exagerado considerar que la mensajería inmediata, el teléfono móvil, Internet, el correo electrónico, los juegos de ordenador... son inseparables de sus vidas (Prensky, 2001, pág. 5).

A esto se suma la edad como factor diferenciador entre los nativos digitales y sus antecesores, en ese contexto se designó como nativos digitales a los nacidos después de 1980, década en la cual se popularizó el uso del ordenador, e Internet avanzó exponencialmente en su desarrollo. Esta categorización generacional supuso una diferenciación con quienes llegaron más tarde a las TIC, denominados por Prensky como inmigrantes digitales, al referirse a las personas que no nacieron en el mundo digital, pero que van adaptándose a este (Corrin, Bennett y Lockyer, 2010).

En la última década, los nativos digitales se han convertido en objeto de una variedad de estudios que buscan descubrir desde sus características personales, pasando por sus prácticas relacionadas a la tecnología, hasta sus hábitos de consumo frente a Internet. La razón radica en que son estos los usuarios más activos en el ámbito de las TIC, en general, y por ende son quienes dan movimiento a la llamada sociedad de la información.

El informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2013) señala que al menos el 30% de la población mundial es nativa digital, y se estima que este porcentaje se duplique en menos de una década, con lo cual la mayor parte de la población estaría conformada por nativos digitales.

El mismo informe asegura que Corea del Sur es el país con la mayor cantidad de nativos digitales (99,6%), mientras que, en Timor Oriental, solo el 0,6% lo es; esto tiene que ver en gran parte con los niveles de acceso a Internet y a las TIC en general, lo cual permite a los nativos digitales acumular experiencia con la tecnología durante sus años de educación básica y media.

2. Nativos digitales y uso de dispositivos digitales

Alrededor del mundo los nativos digitales acceden a Internet, con diversos fines: socialización, entretenimiento, comunicación, recreación, cuestiones académicas, etc.

En España, según el informe anual de La Sociedad de la Información en España, (Fundación Telefónica, 2014), esta es la sociedad más conectada de Europa: 8 de cada 10 móviles son smartphones y el 78% de internautas son usuarios intensivos, por lo que los teléfonos avanzados se han convertido en el centro de la vida digital en España.

En Chile, una encuesta nacional realizada a jóvenes de 18 a 29 años reveló que este grupo tiene los niveles más altos de habilidades relacionadas al uso de las TIC, independientemente del nivel socioeconómico y educativo que tengan, puesto que inclusive los jóvenes menos educados tienen conocimiento del uso de redes sociales, y acceden a ellas con más frecuencia que otros de su misma edad (Correa, 2016). Ello demuestra que no existe un perfil rígido de nativos digitales, y que no se puede determinar que tengan los mismos hábitos de uso de dispositivos digitales, sino que estos varían de acuerdo al contexto social, tecnológico, económico y educativo en el que se desenvuelvan.

En Estados Unidos, un informe publicado por Rideout, Foehr y Roberts en 2010, revela que niños y jóvenes entre ocho y 18 años de edad pasaron un promedio de cuatro horas y media diarias usando dispositivos digitales fuera de la escuela, entre estos dispositivos están smartphones, ordenadores, reproductores de música, y videojuegos; las actividades que más desarrollaron en ese tiempo fue enviar mensajes de texto, escuchar música, jugar videojuegos y visitar redes sociales. Con el paso de los años, ese número de horas se ha incrementado.

Los jóvenes han aumentado cantidad de tiempo que pasan consumiendo medios por una hora y diecisiete minutos diarios, de 6:21 a 7:38, casi la cantidad de tiempo que la mayoría de los adultos pasan en el trabajo todos los días, excepto que los jóvenes usan los medios siete días a la semana en lugar de cinco (Rideout, Foehr y Roberts, 2010).

De los dispositivos digitales que más utilizan los nativos digitales, merece especial atención el smartphone, el cual constituye una plataforma de entrega de contenido multimedia, que facilita el consumo de medios entre la población juvenil, lo que ha influido también en el incremento en el número de horas de consumo. Es por esta razón que se considera al smartphone como un elemento indispensable en la vida de los nativos digitales, e inclusive, se han desarrollado investigaciones como la de Gaspar Herrero y Cuesta Díaz (2015), sobre la adicción que provoca en nativos digitales.

En la sociedad de las TIC el smartphone se convierte en el vehículo de comunicación y transmisión de los jóvenes (en especial de los nativos digitales). Su autoconcepto y lo que se dice y publica de ellos adquiere una dimensión incluso mayor. Los nativos digitales se someten a una alta exposición de su autoimagen. Las redes sociales hacen que esa exposición sea continua, instantánea y en cualquier lugar (Gaspar Herrero y Cuesta Díaz, 2015, p. 520).

Es preciso mencionar que el éxito del smartphone como medio de comunicación entre el público de todas las edades ha influido directamente en la proliferación de la oferta de los mismos en diversos modelos y marcas, junto a la disminución de costos, que han hecho que cada vez más personas de diversas edades accedan a por lo menos un smartphone.

Aunque el teléfono móvil ha sido ampliamente utilizado durante varias décadas, los teléfonos inteligentes son un avance más reciente. Son teléfonos móviles que ofrecen no solo las instalaciones estándar, comunicaciones de voz y de texto, sino también informática avanzada y comunicación capacidad de comunicación, incluidos, por ejemplo, los sistemas de acceso a Internet y geolocalización. En comparación con teléfonos móviles anteriores, los teléfonos inteligentes generalmente también tienen mayor pantalla de visualización de resolución (Boulos, Wheeler, Tavares & Jones, 2011, p. 3).

A éstas características se suman otras como las memorias de gran capacidad, sistemas operativos abiertos, cámaras con excelente resolución, entre otras características que hacen forman parte de las razones de preferencia de quienes los compran, dejando en un segundo plano las funcionalidades relacionadas a las llamadas de voz, envío de mensajes de pago con las que nació originalmente el móvil, lo cual también ha desencadenado una diversidad de usos y prácticas de los usuarios con sus smartphones. Así, las prestaciones que ofrecen los smartphones, además de las tradicionales de llamar y enviar mensajes están las de acceder a Internet y redes sociales, tomar fotografías, grabar videos, escuchar música, etc., con lo cual su uso dista mucho del de un teléfono tradicional, en ese contexto, Infobae (2017) destaca que algunas de las cuestiones clave a la hora de comprar un smartphone son las características la cámara, con lo cual los nativos digitales pueden compartir sus vidas al instante a través de fotos y videos que suben a sus redes sociales.

En ese contexto, el informe del 2016 del *Bank of America* respecto a la Tendencias en el Uso de los Dispositivos Móviles, enfatiza que el uso que le dan los nativos digitales, y de modo especial, los millenials, difiere en gran medida del de otras generaciones, y que son estos los principales afectados por la adicción al smartphone, expresada a través de las emociones que experimentan al no tenerlo cerca; así, el 39% señala tener problemas de ansiedad cuando no tiene acceso a su smartphone, mientras un 25% siente miedo de

perderse de algo, un 22% se siente aburrido y finalmente un 20% se siente aliviado con su *smartphone* en sus manos (Braun Research Inc., 2015).

Lo cierto es que el *smartphone* es uno de los dispositivos digitales que mayor espacio ha ganado en los últimos años, quizás porque el perfil del consumidor actual apunta más hacia los contenidos multimedia. En América Latina existen 710 millones de suscripciones móviles y se esperan 230 millones de nuevos *smartphones* para el 2020 (Gutiérrez-Rubí, 2016). Su popularidad se debe, entre otros factores a su uso amigable con el usuario, la variedad de aplicaciones y otros. “El potencial para la creación de aplicaciones simples y fáciles de descargar para teléfonos inteligentes ha creado una nueva industria vibrante. Ahora hay una aplicación para casi todos los requisitos sociales, de entretenimiento y educativos” (Boulos, Wheeler, Tavares y Jones, 2011, p. 2).

En el caso ecuatoriano se estima que hay al menos 19 millones de *smartphones* en funcionamiento. A esto se suman las cifras de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel, 2017) que de forma general señala que la tenencia de Internet móvil en el país ha crecido 46 puntos entre el 2010 y el 2017, y que en el país existen 8,1 millones de cuentas de internet móvil.

La cifra de *smartphones* se ha incrementado en Ecuador, especialmente durante el último año, debido a que el gobierno de ese país eliminó el llamado cupo de importación de celulares a inicios del 2017. Este cupo fue fijado en el 2012 y hasta el 2015 estimaba la entrada de hasta 142,6 millones de dólares en *smartphones*, o dos millones de estos aparatos. Para el año 2016 este cupo se amplió hasta 250 millones, según información del Servicio Nacional de Aduana de Ecuador.

Sin embargo, a pesar de la eliminación del cupo de importación, los *smartphones* en el país tienen un costo elevado, lo cual limita el acceso a los mismos. Dependiendo de la empresa telefónica donde se los adquiera sus costos van desde los 600 y 800 dólares dependiendo del modelo y marca del *smartphone*, y puede ir hasta los 1600 y más si es que se contrata un plan de telefonía junto con la compra del dispositivo.

3. Nativos digitales y uso de *smartphones* en Ecuador

El acceso y el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son fundamentales para participar en la sociedad del siglo XXI. En Ecuador, durante el año 2016 la tenencia de *smartphones* creció del 37,7% al 52,9% a nivel nacional, según informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2016). Adicionalmente se destaca que el mayor número de *smartphones* es utilizado por mujeres, y que, de forma general, tanto mujeres como hombres los utilizan para navegar en Internet, tomar fotografías

o grabar videos, acceder a redes sociales, utilizar reproductores de música y GPS.

Adicionalmente, el mismo informe señala que al menos un 11% de personas entre cinco y 15 años de edad tienen un teléfono móvil activo; de estas el 68,9% es *smartphone*; del mismo modo, un 65,3% de personas entre los 16 y los 24 años tienen un teléfono móvil, y el 73,6% de estos es *smartphone*; finalmente, de un 79,5% de personas entre 25 y 34 años de edad que tienen un teléfono móvil activo, el 64,2% es *smartphone*.

El 34% de los ecuatorianos forma parte de la Generación Y, el 31% de la Generación Z, el 17% de la Generación X, el 8% son *baby boomers* y el 9% lo que ellos llaman tradicionalistas, aunque también se los conoce como Generación Silenciosa (Gutiérrez-Rubí, 2016, p. 15).

Ecuador constituye uno de los espacios idóneos para el estudio de los nativos digitales y el uso de los *smartphone* debido a que el país tiene la mayor tasa de juventud de la historia, con un total de 3'257 000 de jóvenes y adolescentes cuya edad promedio es de 28 años.

Metodología

Los estudios de consumo cultural y consumo de medios, incluido el *smartphone* teléfono móvil necesitan una base estadística cuantificable de datos que permitan tomar decisiones en torno a los resultados. Estos estudios de consumo cultural y de medios deben apoyarse en datos también cualitativos que den soporte a los resultados obtenidos.

Para este fin se elaboró un cuestionario para extraer datos sobre el consumo cultural y mediático, y se aplicó a los jóvenes de 14 a 18 años de colegios públicos y privados de Ecuador, de las ciudades de: Quito, Guayaquil, Cuenca, Alausí, Santo Domingo, Azogues, Puyo, Carimanga, Tena, Chunchi, San Cristobal, Loja y Zamora. La encuesta fue aplicada a través de la plataforma SurveyMonkey con el apoyo del personal directivo de las instituciones de educación.

El cuestionario fue aplicado en los centros de cómputo de estas instituciones; y, en aquellos lugares en donde no existían centros de cómputo, se aplicó la encuesta de forma física, para posteriormente realizar el ingreso de los resultados a la plataforma SurveyMonkey.

Población y muestra

La población objeto de estudio, de acuerdo a la proyección del 2016 del INEC, es de 1.556.256 habitantes, distribuidos por grupos de edades de la siguiente manera.

| Edad | Población proyección 2016 |
|--------------|---------------------------|
| 14 | 319.649 |
| 15 | 315.737 |
| 16 | 311.500 |
| 17 | 307.014 |
| 18 | 302.351 |
| TOTAL | 1.556.251 |

De acuerdo a la fórmula estadística para poblaciones finitas con un 98% de confianza y un 2% de margen de error, se realizaron 7542 encuestas en 30 instituciones educativas en el período septiembre-noviembre de 2016.

Resultados y discusión

Los participantes de la investigación corresponden en un 84,35% a colegios públicos y un 15,65% a colegios privados, es decir, 6258 y 1161 estudiantes, respectivamente. Según el Ministerio de Educación, en el país existen 22687 colegios.

El grupo de estudiantes que formó parte de la muestra estuvo conformado por un 21,40% de jóvenes de 14 años; 28,12%, de 15; 24,32% de 16; 17,15% de 17; y, 9% de 18 años o más. Del mismo modo el 51,65% de estudiantes es de género femenino y 48,35% masculino.

Acceso a Internet

Entre los principales lugares de acceso a Internet de los jóvenes ecuatorianos están: en el hogar 77,90%; en el colegio, 37,21%; en diferentes lugares 17,57%; y, en centros comunitarios, 9,67%. Esto se contrasta con los resultados de la Encuesta Urbana de Empleo y Desempleo – INEC (2016), que indica que el Internet fijo en Ecuador llega al 36% de hogares, porcentaje que no llega aun al promedio de América Latina que indica que el de 43,4% de hogares de la región tiene acceso a banda ancha fija (CEPAL, 2016).

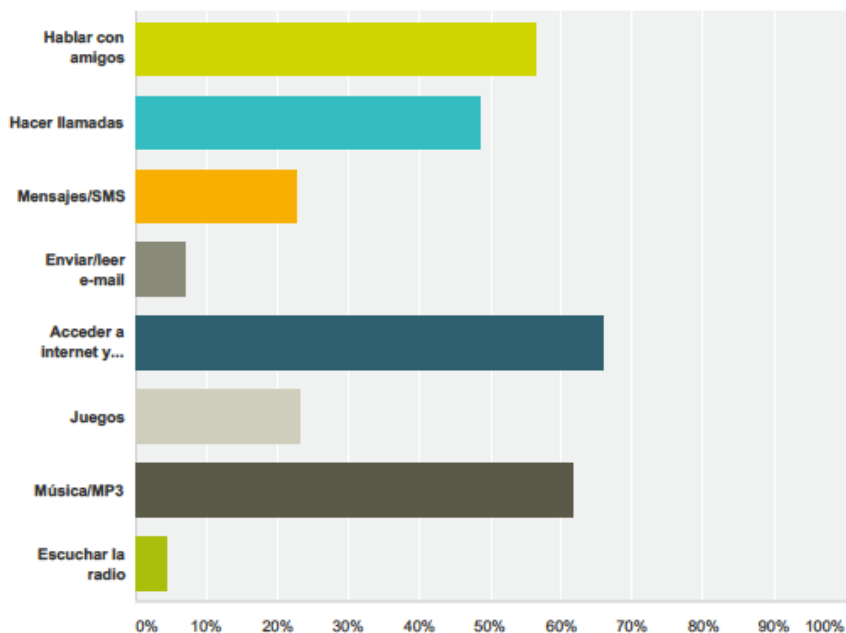
Del mismo modo, los encuestados indicaron que la principal forma de acceso a Internet en sus hogares se produce a través de conexión Wifi (71,86%), conexión telefónica (23,30%) y solo un 4,84% a través del sistema 3G. La conexión Wifi posibilita a su vez el acceso a través de diferentes dispositivos móviles, el más utilizado es el *smartphone*, un 82,46% de estudiantes accede a Internet a través de este dispositivo. Adicionalmente, un 32,10% accede a través de un aparato común con Internet.

Jóvenes ecuatorianos y el uso del *smartphone*

El consumo diario de dispositivos electrónicos, y el acceso a la información desde cualquier lugar no garantiza que los jóvenes desarrollen competencias para su uso adecuado; es decir, pensamiento lógico y crítico, y actitudes éticas en el manejo de información y desarrollo de habilidades comunicativas, que le permitan la producción de contenidos digitales innovadores. En este sentido, la investigación revela que los principales usos que dan al *smartphone* están relacionados a actividades de socialización, ocio y entretenimiento. Cabero y Aguaded (2003, p. 12) afirman que las tecnologías de la información y comunicación, en una sociedad marcada consecuentemente por ellas, están modificando nuestros estilos de vida, nuestras pautas de conducta, nuestros hábitos de ocio y de trabajo. Las TIC se hacen presente en todas las áreas y colaboran con los cambios que se producen en el trabajo, la familia y la educación, entre otros (UNESCO, 2011, p. 9).

Lo utilizan principalmente para acceder a Internet y redes sociales (65,97%); hablar con amigos a través de diferentes aplicaciones de mensajería instantánea (56,39%); hacer llamadas (48,74%); envío de mensajes (22,81%); enviar/leer e-mail (7,13%); juegos (23,23%); música (61,50%) y escuchar radio (4,39%). Estos resultados indican que el uso del móvil y las redes sociales es primordial en el desarrollo de los jóvenes, es inevitable que no revisen su celular al menos cada hora para ver notificaciones, mensajes, comentarios, me gusta, reacciones, etc. En muchos países desarrollados, la mayoría de los adolescentes hacen uso intensivo de la tecnología digital, especialmente de Internet (Kolikant, 2010, p. 1384).

Gráfico 1. Principales usos del smartphone



Fuente: Elaboración propia

A pesar de que los principales usos se relacionan con la socialización, ocio y entretenimiento, existen porcentajes de estudiantes que utiliza el dispositivo para leer el periódico (15,81%); revistas (13,59%); libros (17,99), todos ellos principalmente a través de aplicaciones; en otras palabras, existe una preocupación por darle un uso educativo al dispositivo. En este sentido Peters (2007) y Kukulska-Hulme & Taxler (2007) sostienen que entre las ventajas de utilizar el *smartphone* está la posibilidad de aprender en cualquier momento y lugar, sumado al acceso a la información de manera eficaz (Maiz y Tejada, 2013).

Adicional a ello se enfatiza que el uso de dispositivos como el *smartphone* pueden prestar una ayuda relevante en los procesos de enseñanza-aprendizaje. “En el ámbito educativo, su uso, se puede centrar en los proyectos de aula, en el portafolio de asignaturas, en las comunidades virtuales de aprendizaje o en las comunidades de prácticas docentes”.

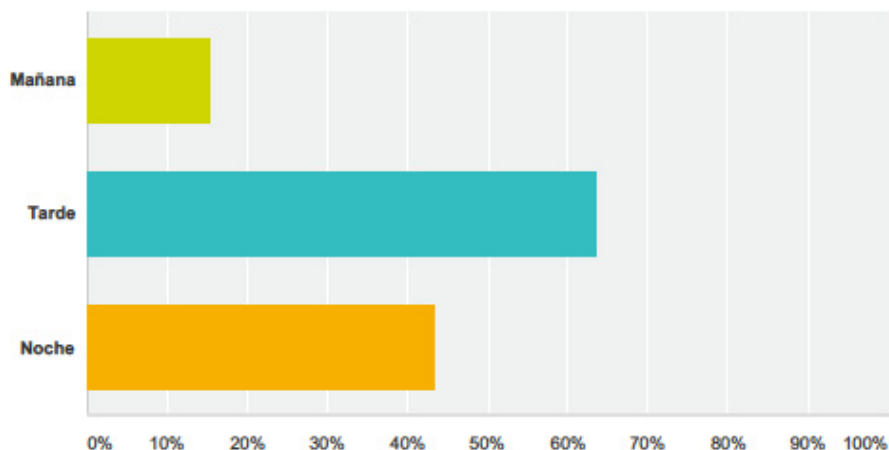
Hasta hace poco con la llegada de los *blogs* y las redes sociales se decía que cualquier persona puede generar contenidos, es de esa afirmación que nace el concepto de prosumidor, aquella persona que deja la pasividad del con-

sumidor, dedicado a la recepción de información, para producirla. Los datos obtenidos en la investigación nos demuestran que el usuario, a través del *smartphone*, puede generar contenidos de diverso tipo: videos, fotografías, audios, *posts*, comentarios, etc., y hacerlos visibles a través de páginas, redes sociales, foros, y otros, para ello no hace falta ser un experto en el uso de las TIC, y tampoco ser críticos a la hora de elegir qué contenido compartir en red, ese es quizá uno de los mayores problemas de los nativos digitales y es donde deben explotarse las oportunidades para la alfabetización mediática.

Por otra parte, al hablar del momento para desarrollar actividades de socialización, ocio y entretenimiento se señala la tarde como el de mayor preferencia, debido a que este es el espacio de descanso luego de las clases de la mañana de la mayor parte de colegios. La noche es el segundo espacio preferido, mientras que en la mañana acceden mínimamente, excepto cuando este forma parte de alguna clase. A pesar de lo señalado es importante recalcar que el 96% de los encuestados mencionó que revisa de forma permanente su *smartphone*, sin distinción de horario; en ese sentido, al ser el *smartphone* un dispositivo identificado por los nativos digitales encuestados como imprescindible en sus vidas, convendría pensar en investigaciones puntuales acerca de los riesgos de adicción a este dispositivo, aunque esta no sea identificada por los mismos usuarios, quienes pueden caer en un uso excesivo del *smartphone*, y lo ven como algo normalizado, al punto de hacer de este dispositivo algo que se encuentra totalmente arraigado en sus vidas con lo cual es cada vez menos probable que detecten el peligro de una adicción.

Aunque los nativos digitales y los inmigrantes digitales tienen un conocimiento común y actitudes frente a la adicción al *smartphone*, cada generación tiene diferentes estructuras de representación. Mientras que los nativos digitales entienden la adicción como usuarios activos del *smartphone*, los inmigrantes digitales la reconocen desde fuera como meros “observadores” (Gaspar Herrero y Cuesta Díaz, 2015, p. 519).

Gráfico 2. Momentos para socialización, ocio y entretenimiento



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las redes sociales, Facebook, constituye la de mayor preferencia por parte de los jóvenes en Ecuador. En el 2017 11 millones de usuarios están registrados en Facebook, y el 98% de personas sobre los 12 años tiene una cuenta en la red social, así lo señalan los resultados de la Encuesta de Condiciones de vida realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2016). Su uso, a través del *smartphone* se produce especialmente para: entretenimiento/placer (52,88%); contacto con familiares (43,21%); acceso a la información (30,11%) y hacer nuevas amistades (22,61%). Sin embargo, a nivel educativo las redes sociales tienen una participación efectiva (Donlan, 2014), permitiendo un aprendizaje colaborativo; a esto se une la fascinación de los alumnos por el constante uso de las diversas herramientas *social media* (Gross, et al, 2015). Es importante señalar que “nuestros jóvenes, identificados como nativos digitales, se diferencian de sus padres y maestros, llamados los inmigrantes digitales. Entre ambos, hay fracturas generacionales en la familia, la escuela y la vida cotidiana” (Aparici, Orozco, Férres, Osuna & Kaplún, 2010, p. 189), en este sentido se observa la capacidad existente de utilizar el dispositivo para diferentes actividades, y en diferentes lugares de forma indistinta y adaptada a las necesidades inmediatas del usuario; sin embargo, se hace preciso pensar en procesos de alfabetización mediática que permitan al nativo digital sacar un mayor provecho del *smartphone* e ir más allá del ocio y el entretenimiento y la socialización.

Un uso importante del *smartphone* se centra en YouTube, la mayor plataforma de videos, en la que los jóvenes encuentran una importante fuente de entretenimiento. “La historia reciente de la comunicación ha tenido un protagonista claro que es la revolución audiovisual, al que ahora se le suma un

segundo que es la red de banda ancha” (Majó, 2012). Un fenómeno importante que merece la pena ser mencionado es el de los YouTubers, cuya popularidad en el país va en crecimiento, especialmente desde el 2013, aunque no con la contundencia que lo hacen otros en México y Colombia por ejemplo; aún así la búsqueda de estos personajes, famosos por compartir cosas de la vida cotidiana de forma llamativa, es una de las actividades preferidas por los nativos digitales en sus smartphones. A pesar de no ser esta la plataforma de mayor preferencia de los nativos digitales, sino Facebook, esta se destaca por su formato, donde el video es el principal componente, y por la imagen positiva que tienen los Youtubers como líderes de opinión entre los jóvenes.

4. Conclusiones

No existe un nativo digital capacitado en información simplemente porque nunca ha conocido un mundo que no sea digital. Esta generación se caracteriza por la capacidad de realizar múltiples tareas, que de acuerdo a esta investigación se centran en el consumo de redes sociales: entretenimiento/placer (52,88%); contacto con familiares (43,21%); acceso a información (30,11%) y hacer nuevas amistades (22,61%). En esta misma línea es importante destacar algunos datos, aunque aún son incipientes, utilizan el celular para leer el periódico (15,81%); revistas (13,59%); y libros (17,99%), lo que da señales positivas de que la educación puede tener un espacio de actuación.

La mayoría de investigadores insisten en la importancia de formar a las nuevas generaciones inculcándoles una mirada crítica hacia estas herramientas, y potenciar la creatividad, competencias tecnológicas y el acceso a la información, favoreciendo la creación de espacios no solo de ocio y entretenimiento, si no de comunicación e intercambio de información y conocimiento.

Según los resultados de esta investigación, los cambios más contundentes se han dado en las diferencias cognitivas que exhiben los nativos digitales en su comportamiento social, en las formas de aprender y de comunicar (Prensky, 2001), pues utilizan el móvil de manera preferente para el ocio, actualización de información (principalmente social), encontrar amigos, etc. Esto se debe a las características de esta generación, que experimentan cada día más, gustan de las actividades interactivas e inmediatas.

Más allá de pensar en las formas cómo los nativos digitales consumen información, es importante pensar y repensar las formas como la familia y la escuela juega un rol fundamental a la hora de orientar a los jóvenes para que el uso de las TIC tenga un efecto positivo, desarrollando competencias informáticas, que les permita editar y subir fotos y videos, manejar la tecnología móvil para producir contenido, a través de *blogs*, redes sociales, etc.

APOYO. Investigación financiada dentro del programa Educomunicación y Cultura Digital del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja. Año 2015.

Referencias bibliográficas

- Aparici, R., Orozco, G., Férres, J., Osuna, S. & Kaplún, M. (2010). Educomunicación: más allá del 2.0. España: Gedisa.
- Arcotel. (2017). Internet móvil Ecuador. Quito, Ecuador.
- Boulos, M., Wheeler, S., Tavares, C. & Jones, R. (2011). How smartphones are changing the face of mobile and participatory healthcare: an overview, with example from CAALYX. *Biomedical engineering online*, 10(1), 24.
- Braun Research Inc. (2015). Trends in Consumer Mobility Report, 1–12. Recuperado de: <https://goo.gl/857gbn>
- Cabero, J. & Aguaded, J.I. (2003). Tecnologías en la era de la globalización. *Comunicar*, 21.
- Correa, T. (2016). Digital skills and social media use: how Internet skills are related to different types of Facebook use among ‘digital natives’. En *Comunicación y Sociedad*, 19).
- Corrin, L., Bennett, S. & Lockyer, L. (2010). Digital natives: Everydaylife versus academicstudy. *Proceedings of theSeventh International ConferenceonNetworkedLearning 2010* (pp. 643-650). Lancaster: Lancaster University.
- Donlan, L. (2014). Exploringtheviews of studentsonthe use of Facebook in universityteaching and learning. *Journal of Further and HigherEducation*. 38 (4), 572-588 doi:10.1080/0309877X.2012.726973
- Fundación Telefónica (2014). Informe Anual.
- García, F., Portillo, J., Romo, J. & Benito, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. En *CEUR Workshop Proceedings* (Vol. 318).
- Gaspar Herrero, S. & Cuesta Díaz, V. (2015). Análisis motivacional de uso entre nativos digitales. *Opcion*, 31, 517–531.
- Gross, D., Pietri, E., Anderson, G., Moyano-Camihort, K. & Graham, M. (2015). Increasingthe Use of Student Centered Pedagogies from Moderateto High Improves Student Learning and Attitudes about Biology. *CBE Life SciEduc*. 14 (4) doi:10.1187/cbe.15-02-0040
- Gutiérrez-Rubí, A. (2016). Millennials en Latinoamérica. Una perspectiva desde Ecuador. (Telefónica, Ed.). Madrid: Ariel.
- INEC. (2016). Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´s) 2016. Quito, Ecuador.

- Infobae. (2017). Qué buscan en sus celulares los Millennials, la generación que no llama, p. 1. Recuperado de:<https://goo.gl/MW7Tif>
- Kukulska-Hulme, A. & Traxler, J. (2007). Designing for Mobile and Wireless Learning. In Beetham, H. & Sharpe, R. (Eds.), *Re - thinking Pedagogy for a Digital Age* (pp. 183-192). New York: Routledge.
- Maiz, I. & Tejada, E. (2013): “La utilización de las redes sociales desde una perspectiva educativa”. En J Barroso y J Cabero (Coord), *Nuevos escenarios digitales. Las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la formación y desarrollo curricular*. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).
- Majó, J. (2012). Evolución de las tecnologías de la comunicación. En M. Moragas, *La comunicación: de los orígenes a Internet*, 66, Barcelona: Gedisa.
- Peters, K. (2007). m-Learning: Positioning educators for a mobile, connected future. *International Journal of Research in Open and Distance Learning*, 8(2), 1-17.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants, part II. Do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
- Prensky, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Cuadernos SEK 2.o.
- Rideout, V., Foher, U. & Roberts, D. (2010). *Generation M2: Media in the Lives of 8-18-Year-Olds: A Kaiser Family Foundation Study*. Menlo Park, Calif.
- UIT. (2013). Información de referencia sobre el Plan Estratégico de la Unión para. Recuperado de:<https://goo.gl/ZtKfRK>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2011). *Educación de calidad en la era digital: Una oportunidad de cooperación para UNESCO en América Latina y el Caribe*. Documento interno de trabajo para la Reunión Regional Ministerial para América Latina y el Caribe, 12 y 13 de mayo de 2011. Santiago de Chile.

ESTRATEGIAS INNOVADORAS CON JÓVENES Y
ADULTOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR PARA EL
FOMENTO DE LA COMPETENCIA MEDIÁTICA EN
MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS.
APROXIMACIÓN A LA LITERATURA CIENTÍFICA

Dra. Rocío Cruz-Díaz

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, España

Dra. Mónica Figueras-Maz

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Joan Ferrés

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España

Mtr. Julio-Cesar Mateus Borea

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España

Resumen

El documento presentado se acerca a los estudios e investigaciones más recientes sobre el uso de smartphones y tabletas (Aprendizaje Móvil). Las evidencias que refleja la literatura científica se dirigen hacia un potencial campo de aplicación pedagógico en la educación superior. El uso del vocabulario más utilizado (mobile learning, smartphones, tablets...) y la internacionalización de las publicaciones y la lengua de publicación, más frecuente, así como las poblaciones o disciplinas, son algunos de los datos extraídos del estudio. Destacaremos entre estas experiencias aquellas que abordan las tendencias en aprendizaje móvil entre el alumnado universitario como prosumidor y las posibilidades que ofrecen a la docencia y al aprendizaje. La metodología cualitativa de nuestro estudio, plantea un análisis etnográfico sistematizado de las estrategias educativas m-learning (mobile learning) en la universidad mediante el uso de dispositivos digitales emergentes a partir de una revisión sistematizada de literatura científica publicada en el periodo 2012-2016. Nos centraremos en presentar algunos de los datos extraídos de los estudios parciales que han sido presentados a la comunidad científica del proyecto de investigación titulado “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes en entornos universitarios” (EDU2015-64015-C3-2-R), en concreto al objetivo “Diagnosticar prácticas innovadoras y fundamentar estrategias educacionales en contextos múltiples (universidad, profesionales de la comunicación, poblaciones estratégicas como niños, jóvenes, adultos, mayores...) para el fomento de la competencia mediática en medios emergentes digitales interactivos”. Enriquece aportar al ensayo la revisión de experiencias y estado de la cuestión la visión interdisciplinar compartida por investigadores provenientes de diferentes estudios y universidades.

Palabras claves

Investigación, educación superior, aprendizaje móvil, smartphones, tabletas, educación mediática, jóvenes

1. Aproximación a los entornos móviles de aprendizaje y enseñanza. La literatura científica más reciente en competencia mediática con dispositivos móviles (smartphones y tabletas)

El interés académico por el Aprendizaje Móvil ha crecido desde inicios de siglo con la penetración acelerada de la tecnología móvil en la población. Aunque es difícil hallar el origen del término *Mobile Learning* o *m-learning*, Quinn lo definió en el año 2000 como una extensión del *e-learning* a partir de dispositivos móviles (Berge & Muilenburg, 2013). Entre otros planteamientos teóricos destacan el de los Entornos Personales de Aprendizaje (Castañeda & Adell, 2013), el conectivismo (Siemens, 2005), que evidencian los cambios en el panorama educativo. Con el tiempo, el concepto fue encontrando desarrollos más complejos (Pisanty, 2009), interesados en una pedagogía centrada en el estudiante y en el aprovechamiento de las propiedades intrínsecas de los dispositivos en cuestión⁶: portabilidad, conectividad, adaptabilidad e interactividad.

En España, el crecimiento de la tecnología móvil presenta indicadores de crecimiento en constante evolución. En la Unión Europea es solo superado por Suecia en cuanto a penetración de terminales digitales (Villalonga, Marta-Lazo y ES, 2015). Así, “el 73,3% de los hogares españoles contaba con conexión a Internet a finales de 2015 y el 76,1% de los internautas utilizaba Internet diaria o casi diariamente” y “el teléfono móvil continúa consolidándose como principal dispositivo de acceso, utilizado por el 76,4% de los internautas” (ONTSI, 2016, p. 255).

Debemos retrotraernos una década para identificar los primeros pasos en el proceso de introducción de las TIC en España con el Plan Avanza (Instituto de Evaluación y Asesoramiento Educativo, 2007) en los entornos educativos en numerosos países (Area y Sanabria, 2014; Carneiro, Toscano & Díaz, 2009; Valiente, 2010). Las instituciones europeas han establecido un nuevo mandato instrumental de los sistemas educativos, carácter político (Bonal, Tarabini & Albaigès, 2010; Tarabini & Bonal, 2011). Aquel proceso inicial de digitalización promovido por los planes estatales se consideraba muy limitado (Severín & Capota, 2011; Vega & Merchán, 2011; Warschauer, 2007), apoyando básicamente la inversión en infraestructuras, “bajo la creencia de que disponer de más ordenadores por alumno conlleva una mejora mecánica de los procesos de enseñanza-aprendizaje” (Meneses, Jacovkis, Fábregues & Rodríguez-Gómez, 2014, p. 84) omitiéndose (OECD, 2010) cuestiones de mayor relevancia como puede ser el uso efectivo de dichas tecnologías, por parte de docente-alumnado o su impacto en los resultados de aprendizaje.

⁶Sitio Web Oficial del Observatorio Audiovisual Europeo.
<https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/>

Existen algunos consensos en relación a la aportación de los dispositivos móviles a la educación. En primer lugar, para garantizar el máximo efecto positivo deben interrelacionarse tres elementos: los componentes tecnológicos (software y hardware); el sentido y el contexto educativo en el que estos componentes actúan (diseño de experiencias de enseñanza aprendizaje relevantes y pertinentes); y los usuarios (docentes y discentes). Los esfuerzos deben orientarse, por tanto, a la armonización de estos elementos interdependientes.

La innovación educativa se asocia inicialmente al cambio, es decir, se facilita un cambio que puede ser espontáneo o fruto de una rigurosa planificación, en segundo lugar, se identifica aquello que denominamos como “nuevo,” novedoso, que, para los autores, además, debe ser útil y eficaz. Finalmente, se presenta la nueva realidad, producto del cambio y de la novedad (Figueras-Maz, Ferrés & Mateus, 2018). Se ha dado cumplida explicación al impacto general que provoca el uso de dispositivos móviles en los distintos niveles educativos (Sung, Chang y Liu, 2016). Algunas de las ventajas frecuentes reportadas son la función de retroalimentación instantánea, que favorece la evaluación formativa y la gestión de grupos grandes, así como la función comunicativa que facilita el trabajo cooperativo de estudiantes y a la atención individual del aprendizaje. Otras tendencias identificadas son que el efecto de los dispositivos móviles en el aula mejora con la portabilidad; que son más eficaces cuando se utilizan para la indagación; que también lo son más en entornos informales que formales; y que funcionan mejor cuando responden a intervenciones cortas o de duración media antes que a tareas de largo plazo. Asimismo, concluyeron que uno de los problemas recurrentes en la implementación de experiencias educativas con dispositivos móviles es la insuficiente preparación de los docentes. Para Salinas (2004), la innovación es una forma creativa de selección, organización y utilización de recursos humanos y materiales que “da como resultado facilitar el logro de los objetivos marcados” (p. 4).

Durall, Gros, Maina, Johnson, & Adams, (2012) consideran que este tema resulta de especial interés para la docencia, el aprendizaje, la investigación y la gestión de la información por lo siguiente: La rápida adopción de teléfonos inteligentes posibilita utilizar los dispositivos de los propios estudiantes y docentes como herramientas para la docencia y el aprendizaje; El acceso a la información en cualquier momento y lugar permite una experiencia de aprendizaje flexible y personalizado, en la que el contexto adquiere importancia; El desarrollo del *m-learning* implica la aparición de nuevos modelos y metodologías de presentación de los contenidos de aprendizaje: Los móviles propician la aparición de nuevas dinámicas de interacción entre docentes y estudiantes, y favorecen el desarrollo de prácticas colaborativas. “En el ámbito universitario debemos considerar que el discurso de modernización, flexibilización e integración de las TIC impacta en distintos

tipos de cambio: en las concepciones, en los recursos básicos y en las prácticas de profesores y alumnos” (Salinas, 2004, p. 14). Buen ejemplo es el uso de éstas herramientas, que están siendo especialmente útiles -en todos los contextos y niveles educativos-, cuando la propuesta del educador es promover el máximo desarrollo del potencial de su alumnado con altas capacidades, y en particular, el talento en la expresión artística musical y estética “por el tipo de sensibilidad de cultivo y el efecto que provoca en relación con la creatividad personal” (Figueras-Maz, Ferrés & Mateus, 2018). Autores como López, Cruz, y Román, (2017) afirman tener en consideración el contexto y las circunstancias del alumnado, al tiempo que, sin olvidar nuestras inquietudes y objetivos, tomando como base la aplicación de la neurociencia al aprendizaje integrado (Ferrés et al., 2011; Ferrés, Masanet & Marta, 2013). El proceso de enseñanza aprendizaje se estructura en experiencias programadas, de carácter teórico práctico, que les permita describir las vivencias y experiencias vividas, afín de ser útil para profesorado con alumnado de similar característica a su cargo (Brazuelo & Gallego, 2014). Ya nos aconsejaba el literato español con respecto a flexibilidad de pensamiento,

Yo soy yo y mi circunstancia y si no la salvo a ella no me salvo yo. El ser humano es un ser compuesto de realidades circunstanciales creadas por la opacidad en la forma de pensar y en el sedentarismo como fuente inspiradora de las culturas neopensantes incapaces de olvidar la tirantez que usurpa el conjunto de la sabiduría (Ortega y Gasset, 1914, p. 757)

El estudio prospectivo *Universidad 2020: Papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico*, publicado el 2011, ya reclamaba un cambio profundo que asuma como realidades la conectividad total, en el marco del Internet de las Cosas (IoT); la aparición de nuevos y más potentes dispositivos móviles, que definen un nuevo tipo de usuario; y la puesta en red a través del *cloud computing* de todos los servicios de forma estándar e interoperable. “El objetivo que se persigue es capacitar al ciudadano para que tome conciencia de las emociones derivadas de las imágenes y construya una reflexión crítica, convirtiendo esa capacidad de análisis, ese deleite por lo estético en nuevas fuentes de satisfacción” (López & Aguaded, 2015, p. 193).

A esto se suma el hecho de que los dispositivos móviles juegan un rol crucial para garantizar la inclusión en la medida en que permiten atender algunas discapacidades (visual, auditiva, motriz e intelectual) a través de diversas aplicaciones y funcionalidades (Fundación Telefónica, 2011). En todo caso, no es suficiente con el dominio de las herramientas tecnológicas, esta debe llevar implícito el dominio de los códigos de comunicación que generan esas herramientas.

Para extraer de las nuevas tecnologías y de las nuevas prácticas comunicativas todo su potencial es imprescindible saber gestionar una comuni-

cación multimedial, multimodal e hipermedial, recurriendo a la multiplicidad de códigos disponibles en base al tipo de contenido que hay que transmitir y a la función comunicativa y didáctica que se pretende cubrir en cada momento (Figueras-Maz, Ferrés & Mateus, 2018, p. 164).

Píriz, para quién “la docencia virtual, la gestión de licencias software para docencia y el soporte a aulas de informática de uso docente están implantados prácticamente en la totalidad de las universidades” (2015, p. 10). Del mismo modo, afirmaba que

el 80% de las aulas de docencia poseen, como mínimo, conexión a Internet y el 87% de los estudiantes se conectan al menos una vez al año a la wifi de la universidad. La práctica totalidad del profesorado y de los estudiantes utilizan la plataforma de docencia virtual institucional y el número de titulaciones no presenciales ofertadas por las universidades españolas alcanza la cifra de 532, lo que supone alrededor del 8% de las titulaciones que ofertan (p. 11).

En cuanto a las prácticas y usos, el 73,84% del alumnado que cursa enseñanza superior prefiere los medios sociales para la docencia universitaria y el 60,8% emplea los chats frente a otras herramientas para su labor educativa (Vílchez, Reche & Marín, 2015). Pero no todos los investigadores obtuvieron los mismos datos, Fueyo, Rodríguez-Hoyos y Linares (2015), evidenciaron no sólo la falta de asignaturas centradas en la educación mediática en el sistema universitario español y sus carencias, sino también la necesidad de que éstas materias aplicaran nuevos mecanismos de enseñanza/aprendizaje basados en la innovación, entrando en desajustes con los resultados publicados en esas fechas.

2. La innovación en la universidad española

En este apartado realizaremos un conciso recorrido por las estrategias educativas m-learning (Mobile learning) mediante el uso de dispositivos digitales emergentes que se alza como objeto prioritario de acción de interés para los investigadores del proyecto nacional en competencias que presentamos.

Como punto de partida, recordar que el aprendizaje móvil (m-learning), en línea (e-learning) y semipresencial (blended learning), están plenamente integrados en los modelos educativos de las universidades españolas, enriqueciendo desde una propuesta activa, las experiencias de aprendizaje entre los estudiantes y docentes de la educación superior (Adams-Becker et al, 2017). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) hace referencia carácter tecnológico del aprendizaje móvil “El aprendizaje móvil comporta la utilización de tecnología móvil, sola o en combinación con cualquier otro tipo de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), a fin de facilitar el aprendizaje en

cualquier momento y lugar” (UNESCO, 2013, p.6). En nuestro estudio, partiendo de la definición más consensuada (Sharples, Taylor & Vavoula, 2007) entendemos que, estamos ante un proceso o procedimiento educativo que nos permite obtener un conocimiento nuevo mediante lecturas y conversaciones contextualizadas en múltiples espacios, físicos y/o virtuales y, entre personas y tecnologías interactivas. Es evidente que los móviles se alzan como la tecnología protagonista en todo proceso de educación mediática.

Para Gisbert, Prats y Cabrera (2015), desde el punto de vista institucional, la universidad se interesa por adoptar políticas educativas que sean favorables a la innovación, es decir, facilitar a los miembros de la comunidad educativa a planificar, producir e implementar, contenidos de calidad accesibles a través de las herramientas que las tecnologías móviles proporcionan, e insistir en la formación docente. Un estudio complementario al que presentamos (Figueras-Maz, Ferrés & Mateus, 2018) centrado en “los y las responsables universitarios de innovación de todas las universidades españolas, tanto públicas como privadas” identifica 4 dimensiones de interés para el profesorado universitario (Dimensión Innovación docente; Dispositivos móviles: oportunidades; Perspectiva institucional; Perfil innovador de los docentes). Entre los resultados obtenidos el profesorado, consensúa la definición de innovación como un “proceso” que tiene como finalidad mejorar la “calidad” o la “excelencia”, primero, de la docencia y, luego, de los aprendizajes. Es común relacionar innovación docente con la introducción de nuevos “elementos tecnológicos o procedimentales” o con el uso de “recursos tecnológicos novedosos”.

La literatura científica en aprendizaje móvil: revisión sistemática del periodo 2012-2016

Respaldados por el proyecto nacional que presentamos, el equipo de investigadores abordó la revisión sistematizada de literatura científica publicada entre los años 2012 al 2016 basada en casos o investigaciones realizadas en universidades españolas y disponibles en tres bases de datos de referencia. El corpus de estudio final, luego de aplicar los filtros de exclusión y depurar los resultados fue de 50 artículos.

Los objetivos de esta revisión, tal y como nos presentan Mateus, Aran-Ramspott, y Masanet (2017, p.53) fueron: (i) explorar cómo ha sido abordado el objeto de estudio y (ii) analizar las tendencias y brechas en la investigación, de modo que se puedan ofrecer algunas pistas para futuras investigaciones. Los pasos seguidos para llevar a cabo la revisión sistematizada se concretaron en: (i) definición de los conceptos de búsqueda, (ii) definición del universo de la búsqueda, (iii) aplicación de criterios de inclusión y exclusión, (iv) definición de variables de análisis y estandarización, y (v) gestión de los

datos y análisis de los resultados. Para complementar la revisión se realizó un análisis bibliométrico, que se caracteriza por una revisión sistemática de fuentes definidas en un período de tiempo con el objetivo de localizar, analizar, ordenar, contar y evaluar la presencia de los datos o secuencias de la búsqueda. Finalmente, el estudio identificó 4 categorías en las que incluyeron sus variables de análisis: (C1) Información genérica sobre los autores e instituciones; (C2) Información bibliográfica de las publicaciones; (C3) Información sobre las poblaciones estudiadas e; (C4) Información científico-metodológica de las publicaciones.

Se obtuvo la información mediante una búsqueda combinada, aplicando conectores booleanos y parámetros estandarizados. Se aplicó la siguiente ecuación de búsqueda en lengua inglesa, aplicada a los metadatos (títulos, resúmenes y palabras clave), por ser la que mejores resultados genera: “mobile learning” OR “mobile devices” OR “digital devices” OR smartphones OR tablets AND university OR “higher education” AND “Spain”. La búsqueda se realizó únicamente en inglés, pues es el idioma exigido por todas las revistas para la inclusión de los metadatos. Fueron seleccionados, sin embargo, textos publicados en inglés o en castellano. En esta fase se procedió a explorar artículos publicados entre el 2012 y el 2016 en revistas científicas y comunicaciones publicadas en actas de congresos internacionales indexadas en las bases de datos y buscadores Web of Science (WoS) y Scopus. Posteriormente se extiende la búsqueda a Google Scholar. Delgado y Repiso (2013) aconsejan el uso de Google Scholar por cuanto “no solo cubre muchas más revistas que sus competidores (WoS y Scopus) sino que carece del sesgo anglosajón que poseen estos, pues acoge revistas procedentes de más países y escritos en más lenguas” (p. 50).

A los criterios establecidos en los primeros pasos, se añadieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión (Mateus, Aran-Ramspott, & Masanet, 2017, p. 54) para la depuración del corpus de estudio:

- Criterios para incluir: (i) aborda de forma explícita el uso de dispositivos móviles (tablets y smartphones); (ii) su aplicación o campo de referencia es alguna universidad española; (iii) incluye -aunque no se limite- el ámbito educativo presencial; y (iv) es accesible en su totalidad desde la base de datos.
- Criterios para excluir: (i) fue publicado antes del año 2012; (ii) no menciona de forma explícita el lugar donde realiza el estudio ni ubica a España como contexto referencial; (iii) no se circunscribe al ámbito universitario; (iv) se centra en educación a distancia; (v) no está escrito en idioma inglés o castellano; y (vi) solo se dispone del resumen, no del texto completo.

Los investigadores identificaron un total de 131 palabras clave. Las más repetidas fueron *higher education* (20 menciones), *mobile learning* (10 menciones), *smartphones* (9 menciones), ICT (8 repeticiones) y *mobile devices* (8 menciones). En la tabla 1, se presenta la dispersión de palabras clave, y la dificultad generada para su identificación en las bases de datos, y el uso de palabras clave no normalizadas que correspondan al ámbito de estudio (e.g. “mlearning” en lugar de “m-learning”; el uso indistinto de formas singulares o plurales e.g. “tablet” y “tablets”; o de modelos específicos e.g. “iPad” en vez del nombre del dispositivo “tablet”). En muchas publicaciones no se exige el uso de un tesaurus o lista de palabras clave, por lo que cada autor optar por colocar las que considera pertinentes.

Tabla 1. Combinaciones de palabras clave más usadas.

| Palabra más repetida | Alternativa 2 | Alternativa 3 | Alternativa 4 |
|-----------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| higher education (20) | university student (2) | EHEA (2) | -- |
| mobile learning (10) | m-learning (3) | mlearning (2) | mobile and ubiquitous learning (1) |
| smartphones (9) | -- | -- | -- |
| ICT (8) | technology (4) | new technologies (3) | ICT applied to education (1) |
| mobile devices (8) | digital mobile devices (2) | digital devices (1) | -- |
| tablets (4) | tablet pc (3) | iPad (2) | digital tablet (2) |
| ubiquity (4) | ubiquitous (2) | ubiquitous learning (2) | -- |
| apps (4) | educational apps (1) | multimedia applications (1) | -- |
| electronic book (2) | e-books (1) | e-book (1) | -- |

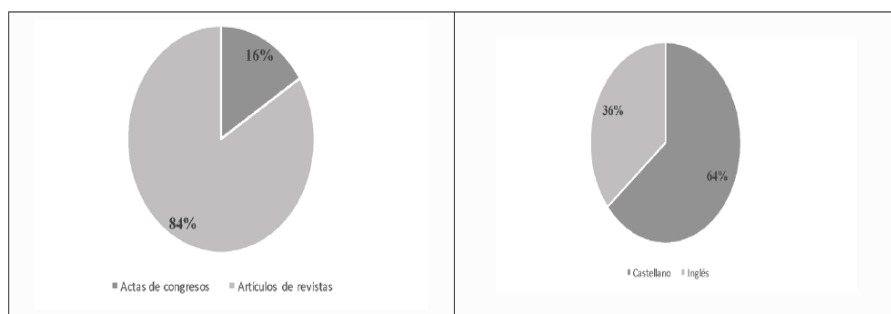
Fuente: Datos extraídos del estudio de análisis bibliométrico del aprendizaje móvil (Mateus, Aran-Ramspott, & Masanet, 2017, p. 59).

Entre las comunidades autónomas que han sido objeto de análisis en mayor número de publicaciones destaca manifiestamente la Comunidad de Madrid, con 11 referencias que prácticamente duplican en número a las comunidades que la siguen en segundo lugar, Andalucía y Castilla-León, ambas con 6 publicaciones. El cuarto lugar lo ocupa el Principado de Asturias (cinco publicaciones), seguido por la Comunidad Valenciana (cuatro publicaciones). No alcanzan un mínimo de cuatro publicaciones el resto de las

comunidades. No se produce referencia a investigaciones centradas en las comunidades autónomas de Aragón, Castilla-La Mancha, Ceuta, La Rioja o Melilla.

Del total de revistas (42), 27 son españolas y 15 son editadas en otros países (Alemania, Brasil, Colombia, Chile, EEUU, Grecia, México, Nueva Zelanda, Reino Unido y Turquía). Entre las revistas españolas que publicaron el mayor número de artículos analizados destacan *Historia y Comunicación Social* (cinco artículos), *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento* (tres artículos) y *Comunicar* y *Revista Complutense de Educación* (dos artículos cada una).

Figura 1. Fuentes y lenguas de las publicaciones.



Fuente: Datos extraídos del estudio de análisis bibliométrico del aprendizaje móvil (Mateus, Aran-Ramspott, & Masanet, 2017, p. 60).

En cuanto a la lengua, 32 del total de publicaciones fueron publicadas en castellano y 18 en inglés. Con excepción de una sola comunicación, el resto de comunicaciones fueron publicadas en inglés, lo que confirma la tendencia internacional del uso de este idioma como *lingua franca* de la comunicación científica.

Análisis sistematizados como el que hemos reseñado permite que el proceso sea científico y transparente y que pueda ser replicado (Garmendia, Jiménez, Casado, & Mascheroni, 2016). Autores como Brazuelo y Gallego (2014) investigaron la producción científica española y advirtieron un interés creciente en relación a las nuevas funcionalidades de los dispositivos que se incorporan al ámbito educativo como los SMS, los podcast y los medios sociales, principalmente, pero también las *apps* o aplicaciones móviles, la realidad aumentada (RA) y los códigos de respuesta rápida (QR). Pimmer, Mateescu y Grohbiel (2016) concluyeron que la aplicación del aprendizaje móvil en entornos de educación superior es aún limitada porque los proyectos predominantemente adoptan un “enfoque instruccionalista” (ligado al

uso de dispositivos para presentar y evaluar contenidos). En cambio, cuando se diseñan proyectos “híbridos” (de enfoque constructorista, situado o colaborativo), las posibilidades transformadoras de los dispositivos móviles crecen notablemente.

3. Las prácticas innovadoras y las estrategias educomunicativas en educación superior: disciplinas de conocimiento y perfil de matriculación del alumnado universitario

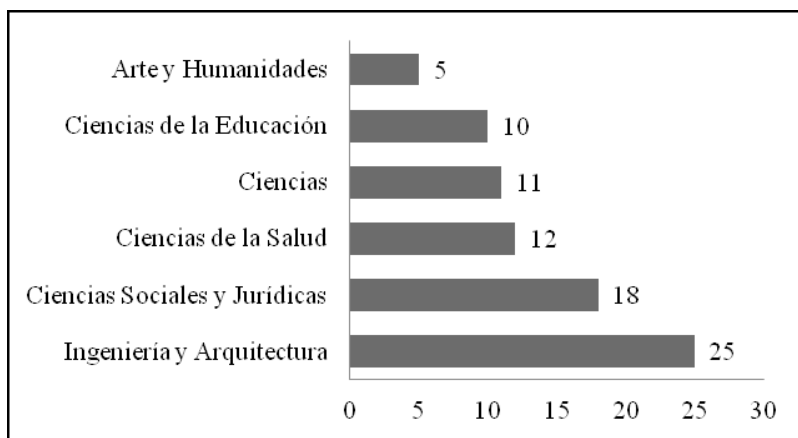
Desde la estructura de la educación superior en la que contextualizamos el presente documento, se nos hace necesario dar respuesta a interrogantes básicos del tipo: ¿En qué disciplinas se ha puesto mayor atención en la universidad española? Y si nos centramos en el colectivo del alumnado universitario, los interrogantes pasan por conocer la población que más atención recibe en cuanto a experiencias educativas innovadoras: ¿Se ha trabajado más con estudiantes de grado o posgrado? La figura 2, presenta los resultados obtenidos en cuanto a la adscripción de las publicaciones y sus disciplinas de conocimiento. En cuanto al nivel de estudios, la información recogida es muy restrictiva, casi la totalidad de menciones (que representan el 94% de la muestra) aborda estudios de grado y solo el 6% corresponde a posgrados (másteres, doctorados o cursos de posgrado en general) (Mateus, Aran-Ramspott & Masanet, 2017).

Las publicaciones consultadas abordaron poblaciones variadas: hubo 28 menciones a disciplinas distintas y, en otros casos no contabilizados en este apartado, solo alusiones genéricas del tipo “estudiantes universitarios” o “estudios diversos de grado”, sin precisar la especialidad. La información se agrupó por disciplinas en seis áreas de conocimiento genéricas:

- En primer lugar, con 25 menciones, las investigaciones se enfocan en áreas de Ingeniería y Arquitectura (que incluye carreras como Ingeniería Agrícola, Ingeniería Civil, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Industrial, Ingeniería Informática, Telecomunicación, Telemática y Tecnología de la Información y la Comunicación).
- En segunda posición, el área de Ciencias Sociales y Jurídicas, con 18 menciones (incluyendo Ciencias Sociales, Derecho, Ciencias de la Información, Comunicación, Comunicación Audiovisual, Filología, Geografía, Historia y Humanidades).
- En tercera posición, con 12 menciones, el área de Ciencias de la Salud (incluyendo Medicina, Odontología y Biología).
- Luego, en cuarto lugar, el área de Ciencias (que integran Ciencias Ambientales, Ciencia de Materiales, Matemática, Química, Nanociencia y Nanotecnología molecular).

- En quinta posición encontramos el área de Ciencias de la Educación, con 10 menciones (incluyendo las carreras de Pedagogía y Educación Social).
- Finalmente, en el sexto lugar, aparece el área de Artes y Humanidades, con cinco menciones.

Figura 2. Gráfica de las posiciones de las disciplinas de conocimiento en función del número de menciones recibidas en las publicaciones innovadoras sobre aprendizaje móvil en la educación superior.



Fuente: Datos extraídos del estudio de análisis bibliométrico del aprendizaje móvil (Mateus, Aran-Ramspott, & Masanet, 2017, p. 62).

La mayoría de publicaciones (31 de 50) no centran su atención en ningún dispositivo específico, sino que se refieren a los dispositivos de modo genérico, nombrando otros adicionales (e.g. ordenadores portátiles o laptops, phablets, clickers o *Personal Remote System-PRS*). Apenas ocho publicaciones centran su atención en los smartphones como único dispositivo y seis publicaciones solo en las tablets. Cinco trabajos hacen referencia a ambos dispositivos en la misma investigación. También cabe resaltar el interés, además de los dispositivos, en el desarrollo de metodologías que privilegien la participación (a través de experiencias de participación directa con dispositivos móviles ad-hoc, como clickers, o aplicaciones que se pueden descargar en tablets y smartphones), en el uso de dispositivos para la evaluación (desarrollo de tests en línea o e-portafolios), la simulación (particularmente en el caso de las ciencias y las ingenierías), la adaptación de aplicaciones existentes (como Whatsapp), la creación de contenido para Realidad Aumentada a partir de códigos QR, o el desarrollo de estrategias didác-

ticas más complejas que integran varios dispositivos (Mateus, Aran-Ramspott, & Masanet, 2017). Otro elemento a destacar es el uso de ordenadores portátiles o laptops, que siguen vigentes en el desarrollo de aplicaciones y experiencias (Brazuelo, & Gallego, 2014).

Líneas de cierre y conclusión

Esperamos que el anunciado interés de los autores en presentar la necesidad del abordaje de estudios sistemáticos que visibilicen las evidencias que reflejan la literatura científica en relación al aprendizaje móvil haya quedado satisfactoriamente presentado. Puntualizar ante el destacable potencial que el aprendizaje móvil (m-learning, e-learning, blended learning), encuentra como campo de investigación y aplicación pedagógica en la educación superior y el reto que ha de asumir la institución educativa y sus docentes.

En cuanto a los datos de la investigación presentada, destacar los aspectos más relevantes en cuanto al uso del vocabulario más frecuentemente empleado en la literatura científica publicada a nivel de las universidades españolas (mobile learning, smartphones, tablets...) y la internacionalización de las publicaciones y la lengua de publicación, más frecuente, así como las poblaciones estudiantiles o las disciplinas de conocimiento. El proyecto general sobre competencia mediática que sostiene el presente estudio continúa profundizando en identificar experiencias educativas innovadoras que aborden nuevas las tendencias en aprendizaje móvil entre el alumnado universitario como prosumidor y las posibilidades que ofrecen a la docencia y al aprendizaje. Podemos decir que se están realizando estudios cualitativos a nivel nacional que mediante la técnica del *Focus Group* con alumnado universitario permitirá cotejar y sistematizar los datos presentados.

El análisis sistematizado reciente, elaborado a partir de los artículos indexados en los tres últimos años en los índices académicos Web of Science, Scopus y Google Scholar, da cuenta de la especialización en este ámbito que llevan a cabo diversos grupos de investigación y profesorado.

Los 111 autores y autoras que el estudio identifica pertenecen a 40 universidades –35 españolas y 5 extranjeras–. El estudio concluye que la innovación docente con dispositivos móviles en la universidad española se aplica a diversas disciplinas, desde las humanidades hasta las ingenierías, aunque llama la atención que el menor grupo de investigaciones responda al ámbito de las Ciencias de la Educación, donde se esperaría un interés mayor en el tema (Mateus, Aran-Ramspott y Masanet, 2017: 65-66).

Se insiste en sugerir el uso, por parte de la comunidad científica, de un tesoro o un listado de palabras normalizadas que facilitaría y promovería la identificación de dichos términos en los motores de búsqueda e indización

en bases nacionales e internacionales. Asimismo, ante el idioma empleado en los estudios, investigaciones y proyectos, la lengua inglesa asume un papel progresivamente dominante en todos los protocolos de comunicación científica e institucional, en especial si se desea el acceso a las publicaciones de revistas indexadas de alto impacto y de congresos de carácter internacional.

De otro lado, recordar que el uso innovador de la tecnología móvil, se consolida como herramienta básica no sólo en los modelos de docencia dinámica y participativa, también en las estrategias de aprendizaje, en el abordaje investigador y en la gestión de la información, entre otros, por

“la rápida adopción de teléfonos inteligentes posibilita utilizar los dispositivos de los propios estudiantes y docentes como herramientas para la docencia y el aprendizaje. El acceso a la información en cualquier momento y lugar permite una experiencia de aprendizaje flexible y personalizado, en la que el contexto adquiere importancia. El desarrollo del *m-learning* implica la aparición de nuevos modelos y metodologías de presentación de los contenidos de aprendizaje y Los móviles propician la aparición de nuevas dinámicas de interacción entre docentes y estudiantes, y favorecen el desarrollo de prácticas colaborativas (Durall et al., 2012 en Mateus, Aran-Ramspott y Masanet, 2017, 52).

APOYOS

Este estudio se enmarca dentro del proyecto nacional de I+D (Ref. EDU2015-64015-C3-2_R) *Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (smartphones y tablets): Prácticas innovadoras y estrategias educacionales en contextos múltiples*. Subproyecto “Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes en entornos universitarios”.

Referencias bibliográficas

- Adams, S., Cummins, M., Davis, A., Freeman, A., Hall Giesinger, C. & Ananthanarayanan, V. (2017). NMC Horizon Report: 2017 Higher Education Edition. Austin, Texas: The New Media Consortium.
- Area, M. & Sanabria, A. L. (2014). Opiniones, expectativas y valoraciones del profesorado participante en el Programa Escuela 2.0 en España. *Educación*, 50(1), 15-39.
- Berge, Z. & Muilenburg, L. (Eds.). (2013). *Handbook of Mobile Learning*. Nueva York: Routledge.
- Brazuelo, F. & Gallego, D. J. (2014). Estado del Mobile Learning en España. *Educación Em Revista*, 4, 99-128. doi: <https://doi.org/10.1590/0104-4060.38646>
- Bonal, X., Tarabini, A. & Albaigès, B. (2010). La agenda de Lisboa como hoja de ruta de los sistemas educativos europeos. En C. Mulas (Ed.), *Nuevas políticas de bienestar en Europa: El estado dinamizador* (pp. 105-122). Madrid: FIIAPP.
- Carneiro, R., Toscano, J. C. & Díaz, T. (2009). *Los desafíos de las TIC para el cambio educativo*. Madrid: OEI/Fundación Santillana.
- Castañeda, L., & Adell, J. (2013). La anatomía de los PLEs. En L. Castañeda y J. Adell (Eds.), *Entornos Personales de Aprendizaje: Claves para el ecosistema educativo en red* (11-27). Alcoy: Marfil.
- Delgado, E. & Repiso, R. (2013). *Comunicar*, 21(41), 45-52. doi: <https://doi.org/10.3916/C41-2013-04>
- Durall, E., Gros, B., Maina, M., Johnson, L. & Adams, S. (2012). *Technological perspectives: higher education in Latin America 2012-2017*. Austin, Texas: The New Media Consortium.
- Ferrés, J. & Al. (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Madrid: Ministerio de Educación.
- Ferrés, J., Masanet, M.J. & Marta, C. (2013) *Neurociencia y educación mediática: carencias en el caso Español, Historia y Comunicación Social*, 18, 129-144
http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44317
- Figueras-Maz, M., Ferrés, J. & Mateus, J-C. (2018). Percepción de los /as coordinadores/as de La innovación docente en las universidades españolas sobre el uso de dispositivos móviles en el aula. *Prisma Social*, 20, p.160-179.

- Fueyo, A., Rodríguez-Hoyos, C. & Linares, C. (2015) La innovación docente de la formación de los profesionales de la educación: el papel de la educación mediática. En Ferrés, J. & Masanet, M-J. La educación mediática en la universidad española (pp. 31-51) Barcelona: Gedisa.
- Fundación Telefónica (2011). Universidad 2020: Papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico. Barcelona: Ariel.
- Garmendia, M., Jiménez, E., Casado, M. A. y Mascheroni, G. (2016). Net Children Go Mobile: Riesgos y oportunidades en internet y el uso de dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015). Madrid: Red.es/Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Gisbert, M., Prats, M.A. & Cabrera, N. (2015) Aprenentatge mòbil. Com incorporar els dispositius mòbils a l'aprenentatge? Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- Instituto de Evaluación y Asesoramiento Educativo (2007). Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación: Informe sobre la implantación y el uso de las TIC en los centros docentes de educación primaria y secundaria (curso 2005- 2006). Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia / Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- López, L. & Aguaded, M. C. (2015). La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de Educación y Comunicación. *Comunicar*, 22(44). doi: <https://doi.org/10.3916/ C44-2015-20>
- López, L., Cruz, M.R. & Román, S. (2017). Buenas prácticas en competencias mediáticas y altas capacidades, en A. Gutiérrez Martín, A., García Matilla y R. Collado Alfonso (Eds.) (2017). *Actas del III Congreso Internacional de Educación mediática y competencia digital* (Mayo-junio, 2017). . (pp. 3051 - 3059). Valladolid: Universidad de Valladolid
- Mateus, J.C., Aran-Ramspott, S. & Masanet, M-J. (2017). Revisión de la literatura sobre dispositivos móviles en la universidad española. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(2), 49-72. doi: <https://doi.org/10.5944/ried.20.2.17710>
- Meneses, J., Jacovkis, J., Fábregues, S. & Rodríguez-Gómez, D. (2014). La introducción de las TIC en el sistema educativo español (2000-2010): un análisis comparado de las políticas autonómicas desde una perspectiva multinivel. *Estudios sobre educación*, 27, 63-90. <http://dx.doi.org/10.15581/004.27.63-90>

- OCDE (2010). Are the New Millennium Learners Making the Grade?: Technology Use and Educational Performance in PISA 2006. Paris: OECD.
- ONTSI (2016). La Sociedad en Red. Informe Anual 2015 (Edición 2016). Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- Ortega y Gasset, J. (1914). *Meditaciones del Quijote*. Madrid: Alianza
- Pimmer, C., Mateescu, M. & Gröhbiel, U. (2016). Mobile and Ubiquitous Learning in Higher Education Settings. A Systematic Review of Empirical Studies. *Computers in Human Behavior*, 63, 490-501. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.057>
- Píriz, S. (Ed.) (2015). UNIVERSITIC 2015. Análisis de las TIC en las Universidades Españolas. Madrid: Crue Universidades Españolas.
- Pisanty, A. (2009). Presentación. Web 2.0: dispositivos móviles y abiertos para el aprendizaje. RIED. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 12(2). doi: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.2.12.898>
- Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 1(1) doi: <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v1i1.228>
- Severín, E. & Capota, C. (2011). La computación uno a uno: Nuevas perspectivas. *Revista Iberoamericana de Educación*, 56, 31-48.
- Sharples, M., Taylor, J. & Vavoula, G. (2007). A Theory of Learning for the Mobile Age. En Andrews, R. & C. Haythornthwaite (Eds.) *The handbook of e-learning research*. (pp. 87-99) Londres: Sage.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1),3-10.
- Sung, Y., Chang, K. E. & Liu, T. C. (2016). The effects of integrating mobile devices with teaching and learning on students' learning performance: A meta-analysis and research synthesis. *Computers & Education*, 94, 252-275. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2015.11.008>
- Tarabini, A. y Bonal, X. (2011). Globalización y política educativa: Los mecanismos como método de estudio. *Revista de Educación*, 355, 235-255.
- UNESCO (2013). Policy Guidelines for Mobile Learning 2013. <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002196/219641e.pdf> (Recuperado el 17 de febrero de 2018)

- Valiente, O. (2010). 1-1 in Education: Current practice, international comparative research evidence and policy implications. OECD Education Working Papers, 44. Paris: OECD Publishing. doi: <http://dx.doi.org/10.1787/5kmjzwfl9vr2-en>
- Vílchez, M. J., Reche, E. & Marín, V. (2015). Diseño y validación de un cuestionario para valorar whatsapp en la regulación de trabajo en grupo. *Etic@net*, 2(15), 245-272.
- Villalonga, C., Marta-Lazo, D. C. & Es, C. (2015). Modelo de Integración Educativa de “Apps” Móviles para la enseñanza y aprendizaje. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 46,137-153 doi: <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2015.i46.09>

TRASTORNOS OCASIONADOS POR EL USO Y ABUSO DE LOS DISPOSITIVOS MOVILES EN ESTUDIANTES ESPAÑOLES

Dra. María Cinta Aguaded Gómez

D. Isaac Melero Márquez

D^a. Cristina Martín Vélez

Universidad de Huelva

Resumen

En esta investigación se recogen las conclusiones sobre el impacto que ejercen las tecnologías de la comunicación e información en la población en general, eligiendo una muestra no probabilística de voluntarios en la que aparecen distintos perfiles de las variables sexo, edad, situación geográfica y puesto profesional o estudios que están desempeñando. Estos datos han permitido analizar el impacto de este dispositivo en sujetos de condiciones diferentes y perfiles muy diferenciados.

Después de la revisión de la fuente de estudios realizados en otros contextos se decidió replicar la investigación. Una vez planteados las preguntas de investigación se formularon los objetivos e hipótesis se pasó a definir el diseño y elegir el instrumento de recogida de datos. Se elaboró un cuestionario que se realizó en línea, difundido por la aplicación móvil “Whatsapp”, recogiendo una muestra, real, de 173 sujetos. Contaba con 23 preguntas cerradas o con opciones múltiples, en ellas se abordan aspectos sobre la dependencia y sentimientos derivados del uso diario de los teléfonos móviles, y se incluyó una respuesta abierta en la que se pidió, a los usuarios, que contaran en forma de redacción la consciencia de la existencia de algún trastorno ocasionado por la indispensabilidad de utilizar el teléfono móvil: falta de batería, olvido, pérdida, u otras causas. Los resultados obtenidos en la investigación confirman que un alto porcentaje de la población estudiada confiesa y reconoce sufrir dependencia o trastornos derivados de uso abusivo del teléfono móvil. Se han concluido con gráficos y tablas cuantitativas los resultados obtenidos en el cuestionario y se han ampliado mediante la categorización de los datos cualitativos. En la discusión se describen las repercusiones que tiene esta dependencia y aportan consideraciones como alternativas al abuso.

Palabras clave

Tecnologías, jóvenes, trastornos, dependencia, abuso, WhatsApp, teléfono móvil.

1. Introducción y justificación

En la actualidad, el Smartphone se ha convertido en un instrumento imprescindible en la vida cotidiana de las personas, generando en muchos casos, trastornos relacionados con su abuso, en especial, manifestaciones relacionadas con la ansiedad que provoca la dependencia. Ya en 1995 Goldberg, en una comunicación titulada: “La adicción a internet: La emergencia de un nuevo trastorno”, presentada en el congreso celebrado en Toronto, alertaba de estos problemas (Carbonel, Fuster, & Chamarro, 2012).

Hoy en día el dispositivo móvil se encuentra a la cabeza de los más usados, formando parte del día a día como puente hacia las redes sociales y la conectividad con el resto del mundo. Las nuevas tecnologías se están apoderando del medio social actual, y a pesar de que en su función sea facilitarnos el desarrollo de acciones cotidianas y laborales (Román-García, Almansa-Martínez, & Cruz-Díaz, 2016), además de mantenernos conectarnos de manera global y local, están dificultando otras áreas sociales y personales de las personas, convirtiéndonos en seres más individuales pero más dependiente de la red.

De la misma manera, contamos con la herramienta más demandada, Internet, la cual ha sido capaz de mostrar su utilidad en múltiples áreas de la actividad humana. Desde la búsqueda de información, en ámbitos académicos o escolares, hasta actividades científicas, profesionales, comerciales, transacciones económicas, actividades de ocio o en las propias relaciones interpersonales (Antonio et al., 2014).

Por tanto, debemos tener en cuenta la impactante evolución de las Tic y, en concreto, de la combinación de teléfono más internet (los teléfonos inteligentes o *Smartphone*). Este uso inadecuado puede provocar adicción con las consecuencias que conllevan. Las personas a veces no son conscientes llegando a no aceptar la dependencia que tienen a estos dispositivos dándose cada vez más casos en los cuales estos sujetos pierden capacidades comunicacionales en su día a día con el entorno que les rodea e incluso mostrando una serie de trastornos psicológicos que afectan a la vida de los usuarios más vulnerables, mostrándose dependientes de la conectividad y la apreciación que otras personas puedan mostrar a través de las redes sociales.

Se trata de una verdadera adicción dado que cumple los criterios indicados para su diagnóstico: síndrome de abstinencia, provocación de conflictos personales, interferencia con otras actividades, etc. (Cuesta, & Gaspar, 2013).

Lo que caracteriza a una adicción es la pérdida de control y la dependencia. Todas las conductas adictivas están controladas inicialmente por reforzadores positivos -el aspecto placentero de la conducta en sí, pero terminan

por ser controladas por reforzadores negativos- el alivio de la tensión emocional, especialmente (Echeburúa, 2001).

Los nuevos celulares “Smartphone”, brindan un soporte técnico a una modalidad de vínculo fusional con el objeto; los usuarios los usan todo el tiempo, como una especie de prótesis, los utilizan en clase, antes y durante la proyección de una película, hasta el instante mismo en que comienza su sesión psicoterapéutica, a veces miran también de reojo la pantalla en el curso de la misma cuando les entra un mensaje. El empleo de los celulares guarda una relación particular con la utilización del tiempo ya que no es necesario esperar para hablar con otros; es posible estar conectado, al instante, las 24 horas, todos los días del año, desde cualquier lugar. La comunicación virtual permite además que no haya pausas, intervalos ni demoras, lo cual a veces genera ciertos efectos negativos (Gimenez, & Zirpoli, 2015).

Generalmente el uso del Smartphone, no suele estar relacionado con un beneficio o recompensa material, sino que por el contrario la actividad es llevada a cabo por el placer o interés de utilizarlo. Se puede decir que un Smartphone es un teléfono móvil que te permite llevar a cabo acciones propias de una PDA, más allá de llamadas de voz y SMS. La potencia de cálculo de un Smartphone es comparable a la de un ordenador de escritorio o portátil.

El primer Smartphone de la historia fue el IBM Simón. Fabricado en 1992 y distribuido por EEUU, entre agosto de 1994 y febrero de 1995, tenía un precio de 899 dólares. Los primeros Smartphone combinaron funciones de asistente digital personal (PDA) con cámara de fotos y navegador GPS, además disponía de texto predictivo, agenda, funciones de SMS, correo electrónico, busca (beeper), fax y un módem para conexión a internet, estas funciones eran más comunes de una PDA que de un móvil de la época. Mostraba un teclado *QWERTY* en pantalla desde el cual se podían introducir el texto estándar o predictivo.

Ahora incluyen conexión a internet vía WIFI o red móvil para la navegación por la web, video-llamadas, visionado de correo electrónico (E-Mail), reproductor etc.

Aunque previamente, en 1973, aparece el primer móvil creado por Martín Cooper, se han ido produciendo cambios significativos en el diseño, la tecnología y el uso. Tales cambios han modificado progresivamente la manera en la que el ser humano se relaciona con la tecnología móvil (Martínez, 2001).

Su transformación más actual es el Smartphone, teléfono móvil que cuenta con aplicaciones integradas y acceso a internet, por lo que se distingue de los teléfonos móviles estándar en su sistema operativo y equipamiento, con características avanzadas como 3G o 4G. Además ofrecen múltiples posibi-

lidades, como la mensajería instantánea, acceso al correo electrónico, navegación, cámaras fotográficas, de vídeo, etc., asemejándose a un ordenador personal móvil, por lo que atrae a un gran número de usuarios. Todo ello permite que la persona se encuentre localizable en cualquier momento y atenta a los distintos contenidos que ofrece multimedia etc. (Pedrero, Rodríguez & Ruiz, 2012; Bian y Leung, 2014).

Se clasifican desde los más bajos o básicos hasta los más altos o buques insignia en grupos denominados "gamas", los celulares que se encuentran en las mismas gamas poseen iguales o similares especificaciones (Cámara, RAM, memoria interna, procesador, etc.). Se clasifican según: lo que tiene dentro, como se ven y que son capaces de hacer. También con relación calidad-precio. Existen tres gamas principales: Gama baja; Gama media; Gama alta. Cada mercado o sector tiene una gama preferida, es decir que en ciertos países prefieren comprar Smartphone de gama media antes que comprar Smartphone de gama alta, y esto se da principalmente por los costos de los Smartphone (Bian y Leung, 2014).

Las motivaciones que inducen a los jóvenes a utilizar el Smartphone son muy variadas, aunque destacamos que este tipo de dispositivos, presentan algunas características muy especiales que les hacen altamente sensibles a provocar conductas problemáticas o adictivas. Entendemos por uso problemático aquel que presenta patrones muy similares a aquellos que se encuentran en conductas adictivas.

Las características que pueden provocar este tipo de comportamientos se basan fundamentalmente en dos variables, según Cuesta y Gaspar (2013):

1. Transporte muy cómodo y en continua disposición de uso.
2. Conexión con Internet instantánea, de muy fácil acceso y rápida a precio de "tarifa plana". Se trata de un precio muy asequible que ha hecho que una gran cantidad de jóvenes dispongan actualmente de este tipo de tarifa.

Según un estudio realizado por Ericsson ConsumerLab (2012), en países como Rusia, India y Brasil, con una muestra de sujetos que rondaban entre los quince y cincuenta y cuatro años, los cuales accedían a internet al menos, una vez a la semana: el 69% de las personas que utilizan este tipo de equipos, se conectan a internet cada día (un 40% en la mañana y un 50% en la noche) a través de aplicaciones. Mientras un 20% usan programas de alta cantidad en contenidos audiovisuales como videos, televisión, mapas, entre otros. Estos no son los únicos usos, al menos un 49% de las personas utilizan las aplicaciones de redes sociales, un 39% usa el chat, un 31% aquellos programas que dicen la temperatura, 26% buscan noticias con sus celulares, 20% ven mapas o GPS y un 12% información sobre las calles.

De acuerdo a este estudio, lo importante para los consumidores de Smartphone es la utilidad práctica que pueden tener estas herramientas y servicios en su vida diaria. Su uso incluso depende de la zona en la que se encuentran las personas.

En India, por ejemplo, hay un mayor interés por la personalización de equipos con fondos de escritorio o iconos diferentes. En cambio en Rusia prima la utilidad práctica de los programas por sobre otras cosas con mapas y noticias. Países como Brasil destacan, especialmente, por la utilización de redes sociales. Jasmeet Singh Sethi, especialista senior de la compañía, habla sobre esta tendencia. "Las aplicaciones no son ahora solamente para los que más saben. Sin embargo, los usuarios más maduros (o con más tiempo de uso) son lo que más programas usan.

En cambio, quienes adquieren teléfonos inteligentes por primera vez ahora van en busca de software más especializado", afirma. Este es un mercado que mundialmente no ha dejado de crecer. Las suscripciones móviles globales alcanzaron 6.300 millones en el 2do trimestre de este año donde al menos 140 millones de ellas son nuevas en el trimestre correspondiente. Además, se espera que esta tendencia siga con la llegada de cada vez más nuevos teléfonos que se traducirá también en una participación más explosiva e importante de las aplicaciones.

Aunque de la misma manera el uso del Smartphone conlleva una serie de refuerzos, que incrementa en mayor medida la probabilidad de seguir utilizándolo, como puede ser la facilidad para estar en varios lugares a la misma vez, sentir cerca a personas que están lejos, mayor capacidad de producir respuestas a las dudas y mayor satisfacción personal como consecuencia, el uso de diversas aplicaciones para el día a día, juegos y la sensación incrementada de autoestima, así como sensación de dominio, compartir experiencias con otras personas, ya sea por redes sociales, de juego u otras, creación de patrones interpersonales, etc.

El WhatsApp es una aplicación que se ha convertido en una parte más del dispositivo móvil. Es la aplicación más utilizada en la actualidad, pero, ¿qué es el WhatsApp?

Es una aplicación de chat para teléfonos móviles de última generación, los llamados Smartphone. Permite el envío de mensajes de texto a través de sus usuarios. Su funcionamiento es idéntico al de los programas de mensajería instantánea para ordenador más comunes. La identificación de cada usuario es su número de teléfono móvil.

Esta red social ha dado un vuelco a nuestras vidas, dejando atrás los clásicos métodos de cómo se organiza el ser humano y el trato mutuo, facilitando la transferencia de archivos de todo tipo, un fuerte fomentador para comunicarse en movimiento o ser puramente sedentario. Por todo ello nos cuestio-

¿son los sujetos conscientes de su dependencia al móvil? ¿Están apareciendo en sus conductas trastornos derivados de este abuso? ¿Podrían codificarse estos trastornos y sus consecuencias? ¿Existen diferencias en los distintos estratos poblacionales? ¿Hay más incidencia en algunos lugares que en otros? ¿El factor sexo y edad influyen? Estos interrogantes guiaron el planteamiento de la investigación.

2. Objetivos Generales y Específicos

Una vez formuladas las preguntas de investigación se perfilan los objetivos generales y específicos que guiarían el estudio.

Objetivo general: Comprobar si el abuso del teléfono móvil afecta a las personas ocasionando trastornos y dependencia.

Objetivos específicos:

- Averiguar el uso del teléfono móvil en la población estudiada.
- Indagar cómo afecta emocionalmente el uso del teléfono móvil a la población joven.
- Detectar el porcentaje de jóvenes que son conscientes de su adicción.
- Detectar los comportamientos di-sociales derivados del abuso del teléfono móvil.
- Comparar diferencias y similitudes entre estratos poblacionales y edad.

3. Método

Una vez formulados los objetivos se plantea **la hipótesis** en estos términos: “el abuso del Smartphone, a corto o medio plazo, puede ocasionar trastornos o patologías”.

Basándose en un método de investigación cuantitativo, en la medida de cumplimentar una acción organizada, rigurosa, disciplinada y reflexiva, se ha utilizado una metodología de carácter descriptivo que permitirá recopilar trastornos ocasionados por el abuso de la telefonía móvil en un determinado grupo de sujetos que configuran la muestra.

El instrumento utilizado para alcanzar nuestro objetivo es la encuesta. Dicha encuesta ha sido de elaboración propia, basada en los objetivos del estudio. Consta de 17 ítems. Ha sido puesta al servicio de los participantes y las participantes gracias al desarrollo informático. Mediante la utilización de un software. Algo que asegura la obtención de muestras representativas.

La muestra participante de carácter no probabilística voluntaria consto de 173 sujetos con edades comprendidas entre 15 y 50. Habría que destacar que más de un 85% de los individuos tenían edades comprendidas entre los 15 y 25 años, de los cuales un 80% son estudiantes.

Al ser una encuesta, en la que la instrumentación ha sido la distribución a través de dispositivos móviles, mediante la aplicación *WhatsApp*, se encuentra que las personas encuestadas son de distintas ciudades aunque en mayor parte es de población andaluza en concreto, Huelva.

4. Presentación de resultados

Los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a 173 sujetos, un 31,5% estaba formada por hombres mientras que un 68,5% de mujeres de muestran que:

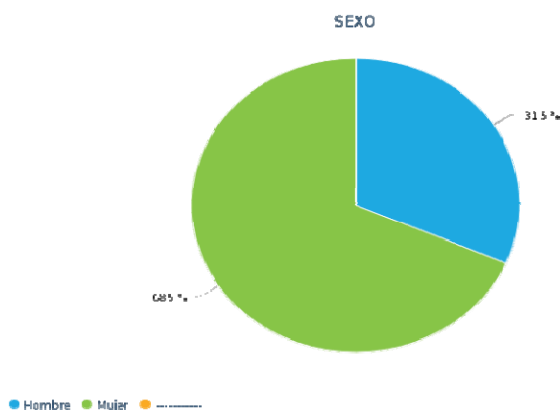


Figura 1: Porcentaje de género de la muestra. Fuente: elaboración propia.

Respecto a la edad encontramos un 86.3% de participación en edades comprendidas entre los 15 y 25 años, un 11% de participación entre los 26 y 35 años, un 2.7% de participación en edades comprendidas entre los 36 y 50 y un 0% en edades comprendidas entre los 51 o más.

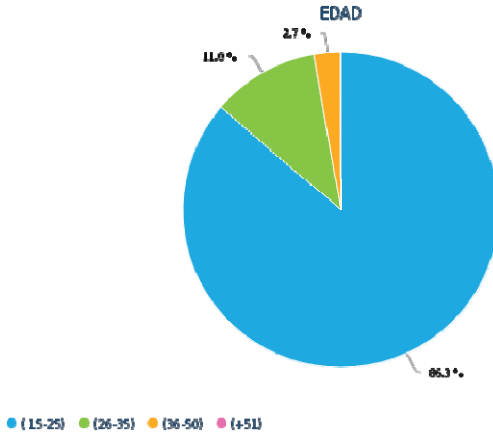


Figura 2: Rango de edades de la muestra. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la ocupación el 80.8% de los participantes son estudiantes, un 12.3% de los participantes son trabajadores, un 6.8% se encuentran en paro y un 0% de los participantes se encuentran en situación de jubilación.

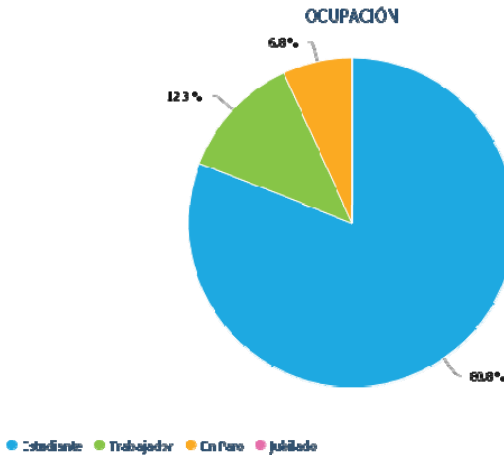


Figura 3: Ocupación de la muestra. Fuente: elaboración propia.

Preferencia en el uso de material tecnológico encontramos a un 21.9% de los participantes prefiere usar el ordenador. En cuanto a *tablets* el resultado es de un 0% y de móviles 78.1% y televisión un 0%.

PREFERENCIA EN EL USO DE MATERIAL TECNOLÓGICO

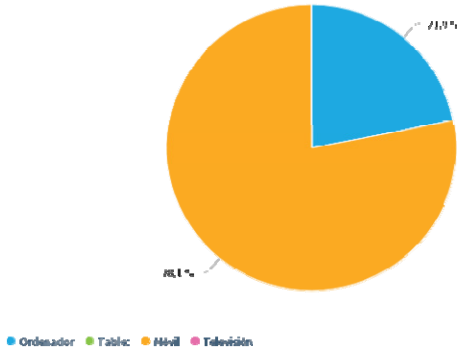


Figura 4: Preferencia de uso en el material tecnológico. Fuente: elaboración propia.

Respecto al uso vemos que 12.3% de los participantes hace de ellos un uso informativo, el 50.7% lo utiliza para comunicarse y un 37% de forma lúdica.

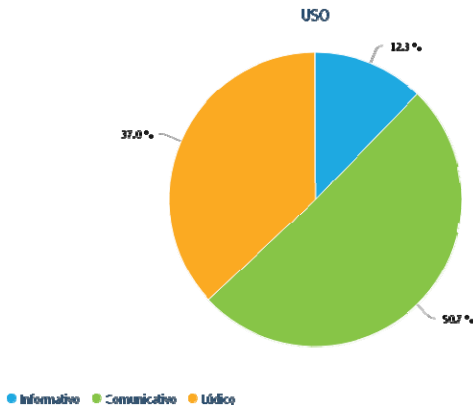


Figura 5: Usos dado al material tecnológico. Fuente: elaboración propia.

Si tienen dependencia al teléfono móvil: sí 46.6%, no 42.5%, NSNC 11%. Respecto a las horas de uso (al día), 1.4% de los participantes considera que utiliza el móvil menos de 1 hora al día, un 12.3% utiliza el móvil entre 1 y 2 horas al día, 12.3% de los participantes considera que utiliza el móvil con un mínimo de 3 horas al día y el 74% considera que utiliza el móvil más de 3 horas.

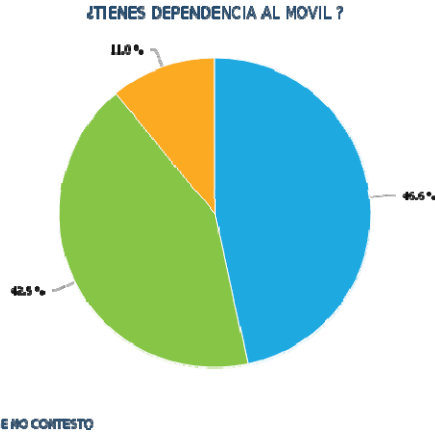


Figura 6: Grado de dependencia al móvil. Fuente: elaboración propia.

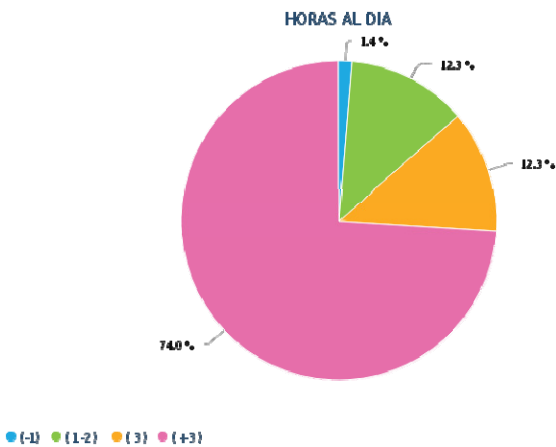


Figura 7: Tiempo dedicado al móvil a lo largo del día. Fuente: elaboración propia.

El tiempo que le dedico a mi móvil me impide hacer cosas importantes, en desacuerdo 20.5%, algo en desacuerdo 26%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 9.6%, algo de acuerdo 31.5%, y totalmente de acuerdo 12.3%.

EL TIEMPO QUE LE DEDICO A MI MÓVIL ME IMPIDE HACER TAREAS IMPORTANTES

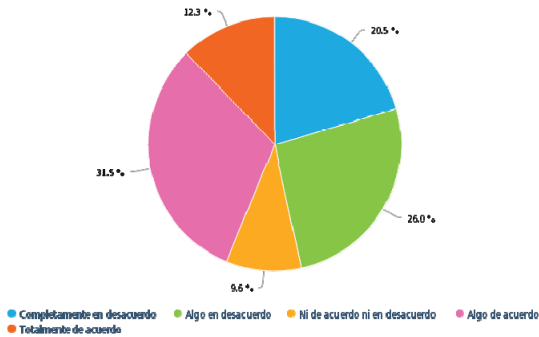


Figura 8: Tiempo dedicado al móvil que impide hacer otras tareas importantes. Fuente: elaboración propia.

He ignorado a las personas con las que estaba para concentrarme en mi móvil: Desacuerdo 20.5%, algo en desacuerdo 20.5%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 15.1%, algo de acuerdo 42.5% y de acuerdo 1.4%.

HE IGNORADO A LAS PERSONAS CON LAS QUE ESTABA PARA CONCENTRARME EN MI MÓVIL

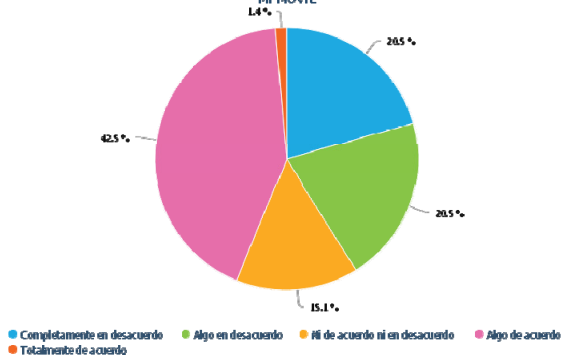


Figura 9: Rango de desatención a otras personas para dedicarlo al móvil. Fuente: elaboración propia.

Con respecto al uso del móvil (escoge la más adecuada para ti): Emocionalmente me sería muy difícil renunciar a mi móvil, 8.2%. El tiempo que le dedico a mi móvil me impide hacer cosas importantes, 39.7%. Creo que a lo mejor paso demasiado tiempo usando mi móvil 39.7%.

Cuando no tengo el móvil a mano, pienso en usarlo o en lo que haré cuando lo recupere 6.8%. No me ocasiona ningún problema 38.4%.

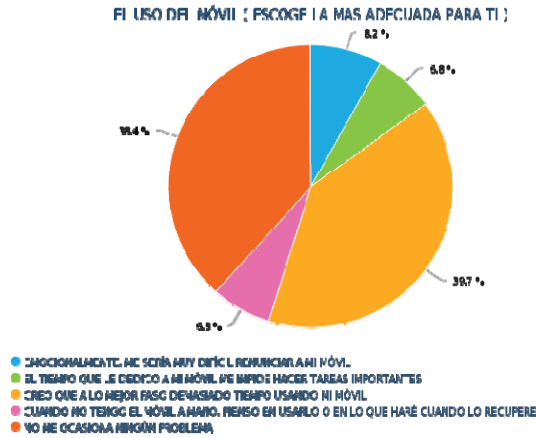


Figura 10: Aspectos emocionales que condicionan el uso del móvil. Fuente: elaboración propia.

Necesito usar el móvil más tiempo para estar satisfecho, en desacuerdo se presentan 35.6%, algo en desacuerdo 28.8%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 20.5%, algo de acuerdo 12.3% y totalmente de acuerdo 2.7%

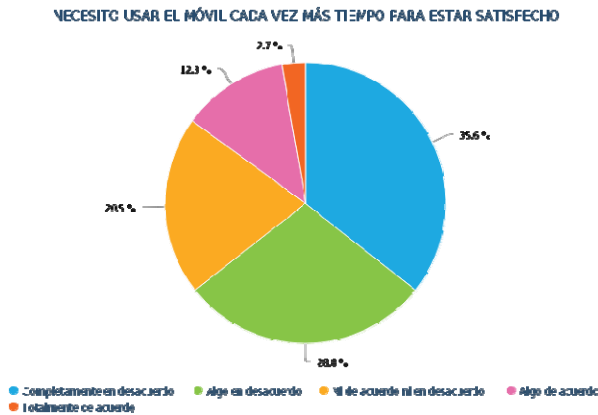


Figura 11: Tiempo de uso del móvil para sentirme satisfecho. Fuente: elaboración propia.

“Si prescindo del material tecnológico, me causa”: Ansiedad 20.5%; Soledad 8.2%; Descanso 71.2%.

SI PRESCINDO DE MATERIAL TECNOLÓGICO, ME CAUSA :

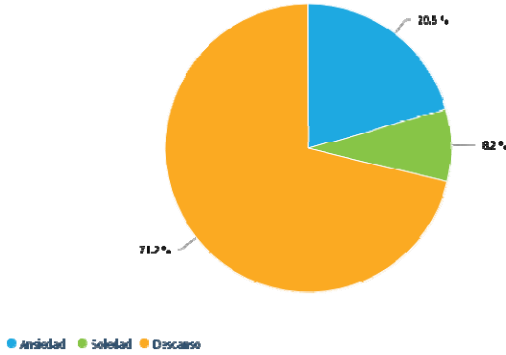


Figura 12: Sentimientos generados al prescindir del material tecnológico. Fuente: elaboración propia.

Me pongo nervioso si no recibo un mensaje o una llamada cuando lo espero. Desacuerdo 17.8%, algo en desacuerdo 16.4%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 19.2%, algo de acuerdo 35.6% y, totalmente de acuerdo 11%.

ME PONGO NERVICO SI NO RECIBO UN MENSAJE O UNA LLAMADA CUANDO LOS ESPERO

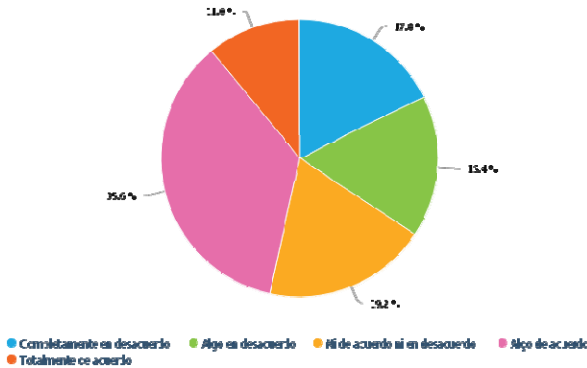


Figura 13: Grado de nerviosismo ante llamadas telefónicas no recibidas. Fuente: elaboración propia.

He usado el móvil en un momento que era peligroso: completamente en desacuerdo 19.2 % algo en desacuerdo 12.3%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 12.3%, algo de acuerdo 28.8% y totalmente de acuerdo 27.4%.

HE USADO EL MÓVIL EN MOMENTOS EN QUE ERA PELIGROSO (CONDUCIENDO, CRUZANDO UNA CALLE)

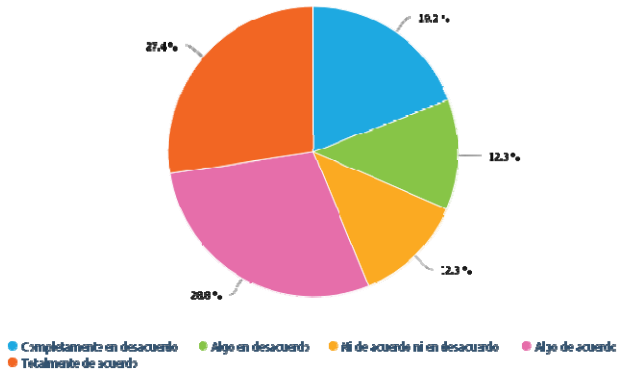


Figura 14: Usos inadecuados del móvil. Fuente: elaboración propia.

En ocasiones siento que vibra el móvil: desacuerdo 30.1%, algo en desacuerdo 13.7%, ni de acuerdo ni desacuerdo 6.8% algo de acuerdo 27.4% y de acuerdo 21.9%.

EN OCASIONES SIENTO QUE ME VIBRA EL MÓVIL (AUNQUE NO SEA ASI)

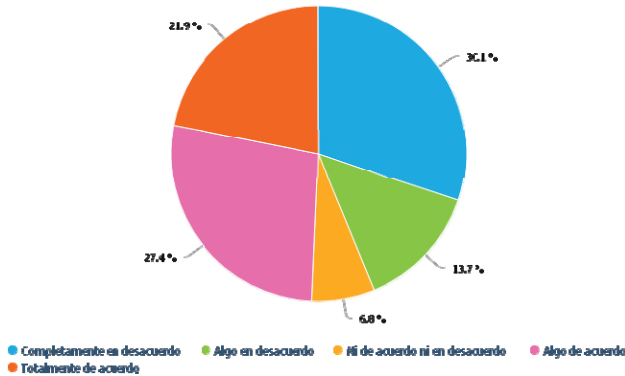


Figura 15: Sensaciones reales y/o ficticias de vibración del móvil. Fuente: elaboración propia.

Una vez analizados los resultados, concluimos que nuestra hipótesis se confirma, puesto que tras un exhaustivo desglose de estos hemos detectado un alto porcentaje de población participante que se encuentra en situación de dependencia, ya sea por comportamientos di-sociales o trastornos derivados del abuso de los mismos.

5. Discusión y conclusiones

Una vez analizado los resultados de la investigación, concluye en que el mayor porcentaje de respuestas en cuanto al sexo las encontramos en el femenino (mujeres). Por otro lado, con respecto a la edad observamos que hemos obtenido una respuesta mayoritaria de jóvenes entre los 15-25 años, y en cuanto a la ocupación de éstos, predomina el ser estudiante. Por otra parte, el índice de demarcación de participación respecto a la población con mayor peso es la Provincia de Huelva, aunque hemos de decir que contaba con participantes de distintos puntos del país.

En cuanto a la preferencia de uso de material tecnológico por antonomasia es el Smartphone ante cualquier otro medio: teniendo poca presencia la televisión y siendo está más acusado dentro de la población joven. El uso de móvil a lo largo del día le lleva más de tres horas, sobre todo dándole una importancia comunicativa. Su uso les conlleva un alto índice de estrés y cansancio y prescindir de él a veces es calificado como descanso pero también ansiedad o soledad.

A lo largo de la investigación se han detectado incongruencias a la hora de afirmar una u otra respuesta, emocionalmente la mayoría indica que dejar de usar el Smartphone no les supone ningún problema, pero en otros aspectos o cuestiones, indican que el uso del móvil les impide hacer cosas más importantes, con un porcentaje mayoritario de 35,6%, nos corroboran que no necesitan usar el móvil más tiempo para estar satisfecho, sin embargo si unimos las respuestas: “El tiempo que le dedico a mi móvil me impide hacer cosas importantes, “Creo que quizá paso demasiado tiempo usando mi móvil”, “Emocionalmente me sería muy difícil renunciar a móvil“ y “Cuando no tengo el móvil a mano, pienso en usarlo o en lo que haré cuando lo recupere“, nos indica un resultado total de 94,4%, son dependientes o sufridores de algún trastorno ocasionado por el abuso del móvil en una u otra medida.

Un porcentaje del 35,6 %, están de acuerdo, en la afirmación: “Me pongo nervioso si no recibo un mensaje o una llamada cuando lo espero”, y un 42,5 mayoritariamente nos afirmaron encontrarse algo de acuerdo, a la afirmación: “He ignorado a las personas con las que estaba para concentrarme en mi móvil“.

Como aportación final se concluye que el uso del móvil de los sujetos de la investigación es superior a tres horas al día, que parecen no reconocer que el móvil forma parte de sus vidas y por tanto pueden prescindir del él pero sin embargo existen incongruencias con estos resultados cuando piensan que les quita tiempo para realizar otras cosas, que pasan demasiado tiempo con él y, que cuando no lo tiene, piensan en qué hacer con el cuándo lo recuperen. La respuesta de Soy dependiente al móvil en un 46.6% es superior frente al no lo soy, 42,5%. Esto supone que el uso y el tiempo que utilizamos

el teléfono móvil es excesivo y que no tenerlo o prescindir de él es casi imposible.

Las indicaciones de trastornos que se derivan de su ausencia son: Ansiedad 40%; Sensación de estar desconectado 60%; Soledad, no pertenezco al grupo 53%; Taquicardia y mal humor 36%; Irritabilidad 70%; Otros 10%.

Analizados estos factores, aportamos que, prescindir del móvil en esta sociedad guiada por la comunicación mediática (Ferrés, et al., 2011), provoca desequilibrio emocional y personal manifestado en ansiedad, sensación de estar desconectado y solo, causando mal humor e irritabilidad a veces unido a taquicardia y síntomas fisiológicos (López & Aguaded. 2014). Por ello, es necesario que el sujeto tome consciencia de las emociones derivadas de este uso y construya una reflexión crítica.

6. Referencias bibliográficas

- Bian, M. & Leung, S. (2014). Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Patterns of Smartphone Use to Social Capital, Sage. <https://doi.org/10.1177/0894439314528779>
- Carbonel, X., Fuster, H., & Chamarro, A. (2012). Adicción a internet y móvil: una revisión de estudios empíricos españoles. *Papeles del psicólogo*, 33(2), pp. 82-89. <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2096.pdf> (Recuperado el 27 de Noviembre de 2017).
- ConsumerLab, E. (10 de Septiembre de 2012). *Emol. tecnología*. <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2012/09/13/560395/las-aplicaciones-serian-la-principal-motivacion-de-los-usuarios-para-comprar-smartphones.html> (Recuperado el 12 de noviembre de 2017).
- Cuesta, U. & Gaspar, S. (2013). Análisis motivacional del uso del smartphone entre. *Historia y Comunicación Social*, 447.
- Echeburúa, D. C. (2001). Adicciones a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Redalyc*, 1-2.
- Ferrés, J. et Al. (2011). Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España. Madrid: Ministerio de Educación.
- Gimenez, M., & Zirpoli, R. (2015). Trastornos vinculados al uso de Whatshapp. *Academia*, 57-58.
- Guachamin. (22 de Mayo de 2016). *Instituto Tecnológico Superior "Sucre*. <http://gamasdecelulares5.blogspot.com.es/> (Recuperado el 12 de marzo de 2018).
- López, L. & Aguaded, M. C. (2014). La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de educación y comunicación, *Revista Comunicar* n° 44, p. 185-195. doi: <https://doi.org/10.3916/C44-2015-20>
- Martínez, E. (2001). La evolución de la telefonía móvil. La guerra de los celulares. *RED*, 1-6.
- Pedrero, E. J., Rodríguez, M. T. & Ruiz, J. M. (2011). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Adicciones*, 24 (2), 139-152.

Rial et al. (2014). Actitudes, percepciones y uso de internet y las redes sociales entre os adolesceces de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología*, 30(2) <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16731188028> (Recuperado el 12 de marzo de 2018).

Román-García, S., Almansa-Martínez, A. & Cruz-Díaz, M. (2016). Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales]. *Comunicar*, 24(49) 101-110. doi: <https://doi.org/10.3916/C49-2016-10>

DEL TELÉFONO *INTELIGENTE* AL USUARIO INCONSCIENTE

Dr. Agustín Moreno Fernández

Universidad de Granada, España

Resumen

Más allá del teléfono como dispositivo tecnológico multifunción y su gran potencial, su utilización tiene una inevitable incidencia en la vida del usuario. A través de una bibliografía de carácter interdisciplinar, sin olvidar un enfoque antropológico y filosófico, nos detenemos en las consecuencias del manejo de las TIC y del *smartphone*, en un problema psicosocial como sería el FOMO, y en la vulnerabilidad y la inconsciencia del usuario, como situaciones a paliar o revertir, en un contexto y época particularmente complicado, en el que se agudizan algunos diagnósticos realizados por pensadores y estudiosos en el siglo XX.

Las TIC e Internet en general, y los *smartphone* y las redes sociales en particular, resultan ser mucho más que meros soportes. Nos fijaremos en algunas de sus enormes repercusiones. Se revela cómo el comportamiento del usuario, muchas veces inconsciente, antes de serle enteramente imputable, es resultado de una estrategia predefinida por ingenieros y diseñadores de las compañías tecnológicas, que estudian y explotan el conocimiento del comportamiento humano para promover y afianzar al máximo el uso del *smartphone* o de las redes sociales. Por tanto, no resulta extraña la coincidencia con los estudios realizados *a posteriori*, que reflejan el resultado exitoso de las pretensiones y los estudios utilizados previamente al desarrollo de TIC y de software por parte de sus diseñadores y comercializadores. El progreso hacia mayores cotas de consciencia y responsabilización por parte de los usuarios pasa por la información y la asunción de las dificultades del contexto cultural.

Palabras clave

TIC, *smartphone*, riesgos, jóvenes, crítica de la cultura, inconsciencia.

1. Introducción y objetivos

1.1. Introducción-Justificación

Los teléfonos llamados inteligentes, más que una herramienta tecnológica de información y comunicación, forman parte de un modo de vida indisoluble de muchos jóvenes. Se ha convertido en un instrumento de socialización, de conformación de la identidad individual y grupal. Un canal inmediato de la difusión de la industria cultural, de las tendencias sociales en Internet y de comercio que hemos de estudiar, así como algunos riesgos inherentes no sólo al uso de los *smartphone*, sino también de las TIC y los contenidos de Internet en general. En particular, entre las transformaciones de gran calado social, cognoscitivo y cultural, sale a relucir un perfil de usuario vulnerable y con tendencias de tipo adictivo, que pueden pasar desapercibidas y tienen que ver tanto con la condición humana como con el uso y abuso de la tecnología de la comunicación. También hay que considerar aquí la influencia de algunos condicionantes culturales particulares de nuestra época que actúan como telón de fondo.

1.2. Objetivos generales y específicos

La finalidad fundamental de este trabajo es poner de relieve algunos peligros relacionados con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente con los *smartphone*, que posibilitan un acceso fácil e instantáneo a los contenidos de Internet, redes sociales y aplicaciones. De manera más específica y haciéndonos cargo de algunos rasgos de la naturaleza antropológica, pretendemos poner el foco en la vulnerabilidad y la propensión a comportamientos de carácter adictivo o similares, generados a partir de los hábitos de utilización de las TIC. Pretendemos además tomar en consideración algunos diagnósticos acerca de la época y de la cultura en la que vivimos que redundarían en el incremento de los riesgos en el empleo de los dispositivos tecnológicos móviles de comunicación e información.

2. Método y Desarrollo

En lo concerniente a las transformaciones que implican el uso de Internet y los soportes tecnológicos en nuestro aprendizaje nos basamos principalmente en Nicholas Carr. En lo relativo al abuso de aquellos aludimos al FOMO como problemática psicosocial pero también en su vertiente mercadotécnica, sobre datos y consideraciones de diferentes artículos. En cuanto al perfil del usuario vulnerable e inconsciente, nos servimos de diversos artículos periodísticos que recogen manifestaciones de los fundadores del Centro de Humanización de la Tecnología, de reciente creación. Finalmente, la Escuela de Francfort y la antropóloga Margaret Mead nos ayudan

a elucidar factores y dificultades que comporta el contexto cultural. Tanto al inicio como al final del trabajo se destacan algunos rasgos antropológicos que nos ayudan a entender la incidencia de teléfonos, TIC y contenidos en línea en los usuarios. Asimismo, se destaca la especial vulnerabilidad infantil y juvenil.

2.1. El influjo de las TIC y del *smartphone*. Algo más que meros soportes

En primer lugar, presentamos algunos elementos incontrovertibles de la naturaleza humana que es útil tener en cuenta ya que resulta evidente e ineludible el que el uso de cualquier tecnología presupone dos principales focos: el usuario y el objeto utilizado. El usuario es un sujeto, un animal humano que, entre otras cosas, se caracteriza por lo siguiente. Se trata del animal imitador o mimético por excelencia. Lo recordaba Aristóteles, y lo ha actualizado, entre otros, René Girard, al enfatizar que la conducta imitativa es más que imitación pre-verbal o pre-representacional en el bebé en torno a los 24 meses, como señalaba Piaget, y que esta no termina, ni mucho menos, con la infancia. El descubrimiento de las neuronas espejo confirmaría la innata y universal capacidad y conducta imitativa humana, que Girard aplica a los deseos (deseo mimético), sacando a relucir su dimensión conflictiva y de rivalidad (Moreno Fernández, 2014). Otros factores interesantes a considerar, quizás relacionados entre sí son: la gran plasticidad y moldeabilidad cerebral, la vulnerabilidad psicológica, la sensibilidad para obtener gratificaciones adictivas, o la simplicidad animal que pone de manifiesto, por ejemplo, nuestra atracción por los colores brillantes.

Esto nos ayuda, de entrada, a comprender la facilidad con la que la irrupción en nuestras vidas de cambios culturales y de innovaciones tecnológicas generalizados puede comportar transformaciones a nivel individual y social. La concepción de Oughourlian a partir de la teoría mimética es iluminadora (Oughourlian, 2017). El deseo, como energía psíquica, más que ser poseído por el yo, es quien va conformando el yo, a través de la capacidad del sujeto para imitar modelos de deseo y contagiarse de los deseos ajenos, modelados también socioculturalmente. Si incluimos todo tipo de elementos en tanto que modelos y conjuntos de modelos que nos sugieren continuamente deseos para imitar (además de familiares, amigos y conocidos, vallas publicitarias, videoclips, maniqués, cantantes, la práctica de un deporte o el uso de nuestro teléfono), comprenderemos que todos ellos contribuyen a la orientación de nuestra energía psíquica desiderativa y, por ende, a la formación y sostenimiento de nuestro yo.

Inevitablemente no podemos ceñirnos al hablar del teléfono móvil a su función originaria como objeto. Más que una herramienta tecnológica de co-

municación e información, forma parte de un modo de vida particularmente indisociable de muchos jóvenes, y no sólo de ellos. Se ha convertido en un instrumento de socialización, de conformación de la identidad individual y grupal. Y es, a la vez, canal inmediato de la difusión de la industria cultural, de las tendencias sociales en Internet y de comercio. Podríamos decir, pues, que se trata de un potentísimo vector de orientación de nuestros deseos, de nuestro psiquismo y del yo. En este sentido no podemos no tratar la influencia de Internet en el marco general del empleo de las TIC, aunque particularicemos el caso del teléfono.

Nicholas Carr expuso en su libro subtítulo *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* (Carr, 2011) un recorrido pormenorizado por la historia cultural de la humanidad y su manera de aprender y procesar la información, rico en referencias históricas, documentales y experimentales. En su opinión el matemático Alan Turing, con su "máquina", habría sido el primero en comprender la ilimitada adaptabilidad de la computadora digital. Todo tipo de información distribuida por medios tradicionales (palabras, cifras, sonidos o imágenes en movimiento) puede "computarse". De una película a una sinfonía, todo puede traducirse a código digital.

La imprenta de Gutenberg, las cartas postales, las llamadas telefónicas, el cine o la televisión, se incluyen en Internet a través de las páginas digitales, el correo electrónico, los cables de fibra óptica o los vídeos en línea, aportando además la interacción y la bi-direccionalidad entre emisores y receptores de información, que pueden comunicarse en tiempo real a través de todo tipo de redes y servicios sociales. De manera que Internet, Red de redes, sería una máquina de Turing con un poder inconmensurable, capaz de subsumir la mayoría de nuestras tecnologías intelectuales (Carr, 2011, p. 104-109).

En lo que se refiere a la lectura, podemos convenir con Carr acerca de lo distinto que es ver y leer una página impresa, a leer un texto en un documento web a través de una pantalla. La expresión corporal y los estímulos sensoriales serían muy diferentes. Especialmente los hipervínculos, al incitarnos a ver otros contenidos, nos distraen hacia otras cosas. Captan nuestra atención en detrimento de la concentración y la profundización en el contenido en el que se estaba (Carr, 2011, p. 114-115).

De este modo, si el estado natural de nuestro cerebro es distraído y la lectura en formato libro habría contribuido al desarrollo de una alta capacidad de concentración, esta sería difícil o imposible de adiestrar en el formato digital:

Los dispositivos de lectura conectados ponen al usuario en el aprieto de tomar decisiones constantemente: ¿hago clic en el enlace? ¿Abro el ví-

deo? ¿Leo los comentarios de otros lectores? ¿Recomiendo el libro en Facebook? Un nuevo correo electrónico, ¿lo leo ahora o luego? ¿Y si echo un vistazo a Twitter o YouTube? (Collera, 2012)

Sin embargo, como afirma Vargas Llosa y podemos leer en el mismo Carr, este no reniega de la informática ni es un tecnófobo. Reconoce el gran valor de los servicios de Google, Twitter, Facebook o Skype. Su facilidad, utilidad y beneficios para el incremento de la riqueza humana, comunicativa, económica y cognoscitiva. Pero, al mismo tiempo, advierte acerca de la trascendental transformación de la vida humana y de su coste, volviendo sobre Mc Luhan y su idea de que los medios son mucho más que meros vehículos de contenido, porque modifican nuestra conducta y nuestro modo de pensar (Vargas Llosa, 2011).

He aquí cinco grandes consecuencias señaladas por Carr: primacía de lo superficial, lo eventual y lo provisional; potenciación de la distracción y de la dispersión en detrimento de la concentración; aumento de la fragmentación en menoscabo de la visión de conjunto; primacía del ecosistema de las "tecnologías de la interrupción"; y cambio de hábitos intelectuales en contra de la propia voluntad⁷ (Carr, p. 125-142).

Como concluye el profesor de ciencias computacionales Christof van Nimwegen, de un experimento consistente en la resolución de un rompecabezas:

A medida que externalizados la resolución de problemas y otras tareas cognitivas a nuestros ordenadores, vamos reduciendo la capacidad de nuestro cerebro "para construir estructuras estables de conocimientos" – esquemas, en otras palabras – que luego puedan "aplicarse a nuevas situaciones". Un polemista podría decirlo de manera más enfática: cuanto más inteligente sea el ordenador, más tonto será el usuario (Carr, p. 259).

De la cada vez mayor automatización de procesos y del progresivo hábito de "externalización" en la resolución de problemas y tareas cognitivas a nuestros ordenadores y dispositivos tecnológicos, y de la paralela pérdida de habilidades – como en el caso de los taxistas de Londres otrora capaces de orientarse por la ciudad sin GPS – es de lo que trata Carr en su siguiente libro *The Glass Cage. Who Needs Humans Anyway?* (2015), traducido en español como: *Atrapados. Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*.

⁷ Resultan también de interés otras consecuencias que destaca, de tipo económico, empresarial y social. Entre ellas la transformación de medios como el de la prensa, en la que aumenta la relevancia de las imágenes y los titulares impactantes, reduciéndose el espacio de texto.

¿Es la vida en línea un "estado de distracción permanente" e Internet un medio programado para la dispersión de nuestra atención de modo continuado y riguroso como afirma Carr? Si esto es así, como señala el autor, por si fuese poco, uno no tiene por qué desconectar nunca, máxime si lleva consigo la auténtica "navaja multiusos" en que se ha convertido el teléfono.

2.2. Del FOMO al JOMO. De un problema psicosocial a un problema mercadotécnico

La irrupción de los teléfonos "inteligentes" y su comercialización a escala mundial por las grandes corporaciones tecnológicas y de telefonía móvil evidentemente va mucho más allá de posibles intenciones benefactoras. Ni siquiera resulta neutral la sofisticación del lenguaje. Al igual que se venden muchos más puntos de luz que lámparas (Rampin, 2008, p. 167), probablemente se venden muchos más *smartphone*, dispositivos y terminales móviles que vulgares teléfonos portátiles. Por supuesto, las campañas que los publicitan adulan a los consumidores que creen que están siendo considerados en alta estima como inteligentes usuarios que acogerán un producto diseñado para ellos, para vivir mejor, con más comodidad, ser más felices o tener unas relaciones personales más satisfactorias gracias al aparato en cuestión, empleando una especie de espejo de Narciso (Rampin, 2008, p. 187). Así no resultan extraños, por recoger tan sólo algunos ejemplos del pasado, eslóganes como: "Connecting people", "¿Hasta dónde quieres llegar hoy?" o "Tu libertad". Más aún, como denunciaba Naomi Klein en *No Logo* (Klein, 2011), las marcas cada vez se preocupan menos de fabricar directamente –para eso está la deslocalización y la producción en países tercermundistas – y más en ligarse con sus productos a la vida de las personas, a través de una colonización social y cultural, que implica reinventarse y diseñarse para venderse a través de eventos culturales y musicales, subvenciones, filantropía, competiciones deportivas, espacios urbanos... Pretenden vincularse así a valores, experiencias e identidades, de tal manera que los asociemos a ellas – y nos asociemos a ellas – como parte de nuestras vidas. Por poner sólo un ejemplo, ¿a quién no le suena la emblemática parada madrileña de metro Vodafone Sol?

Marcas aparte, cabe suponer que la incidencia de Internet como tecnología que atrae nuestra atención para dispersarla, según señalaba Carr, se amplifica en tanto que su uso no se ciñe a un ordenador personal fijo o portátil, sino que se diversifica y se facilita cuando el acceso es a través de un dispositivo pequeño, ligero y móvil. Hay quien refiere que tocaríamos nuestro teléfono más de dos mil veces al día de media. Se habla de *nomofobia* (*no-mobile-phone phobia*) para referirse al miedo a disponer del teléfono móvil (Blasco, 2017), quizás en parte como fobia menor, subsumible en una fobia

mayor, el FOMO o miedo a perderse algo (*fear of missing out*). Un constructo psicológico descrito como "la sensación de malestar al saber que otras personas están realizando actividades agradables y que uno no es parte de ello" (Gil, del Valle et ál., 2015, p. 77), aunque la participación sea a través de imágenes y vídeos de eventos compartidos a través de las redes sociales y de las aplicaciones de comunicación. Miedo a no disponer del teléfono, fetiche sagrado, que nos permite como ojo omnisciente, no privarnos de la continua actualización al respecto de lo que sucede, fuera y dentro de la realidad virtual, si es que cabe seguir trazando nítidas fronteras. El FOMO estaría relacionado con el apogeo de las redes sociales y de la tecnología móvil con conexión a Internet. En España, país europeo con mayor uso de *smartphone*, en torno a 20 millones de personas conectadas consultarían su dispositivo unas 150 veces al día (Riba, 2014, p. 13).

Quizás se trate de dos fobias que se retroalimenten. La del miedo a olvidar o perder el teléfono y no poder tener acceso a él parece que, más allá de permitirnos el empleo de sus multiusos, podría tener además un componente objetual y de relación de nuestro cuerpo con él, a tenor de la lógica del invento de un diseñador austriaco que ha creado un "teléfono de sustitución" para "curar la adicción al smartphone" (Blasco, 2017). Un dispositivo cuya apariencia y peso son similares a los de un teléfono y cuya ergonomía, con pequeñas bolas de piedra, permite reproducir movimientos como el deslizamiento del dedo sobre la pantalla o el del zoom.

Aunque esto pueda quedarse en la anécdota, y a pesar de la diatriba en torno a la existencia, o no, de un tipo de adicción especial a las TIC y a Internet en general, o al teléfono móvil en particular, parece constatarse, junto a las conductas de abuso o uso inadecuado o intensivo del teléfono, un malestar psicológico y unos síntomas "comparables a una adicción", incluso a una "adicción a sustancias": "irritación, nerviosismo, inquietud, agresividad" (Gil, del Valle et ál., 2015, p. 78). O la denominada nomofobia, que citábamos antes, en oposición a la relajación que se suscita durante la utilización del terminal. El artículo de Gil, del Valle, Oberst y Chamarro, explicita además señales de alarma que se constatan en estudios que se han hecho sobre las "adicciones tecnológicas" desde hace 15 años, subrayando la vulnerabilidad juvenil por su necesidad de pertenencia a un grupo y la ausencia de límites espaciotemporales de uso posibilitada por la telefonía móvil. Sea o no signo de adicción a las redes sociales, el FOMO se presenta como fuente de estrés y ansiedad perjudicial para la salud. Aquí se inscribiría, como apuntábamos antes, el temor nomofóbico que también pasa por el miedo a no tener batería o quedarse sin cobertura o el fenómeno del "ruido fantasma", (asociado a dolores de cabeza y otra sintomatología). El ruido de quien percibe el sonido o la vibración de su teléfono, aunque este no haya sonado (Gil, del Valle et ál., 2015, p. 78-79).

La mercadotecnia también se ha preocupado de esta saturación del usuario, temerosa de la disminución de las ventas y de la debilitación de las marcas con tanta presencia mediática y digital de sus continuas novedades. De modo que, ante este panorama, las marcas, de forma maquiavélica, paternalista e instrumental, tendrían el reto de "gestionar a un consumidor que desea estar conectado, pero que a la vez necesita desconectar" (Riba, 2014, p. 12). De ahí que se propongan experiencias para tener más momentos de JOMO (*joy of missing out* o placer de perderse algo), buscando recuperar la concentración en experiencias no tecnológicas. De nuevo la población joven sería la más expuesta y, por ello, la más saturada y necesitada de volver a "vivir el momento" en el mundo real, más allá de las pantallas de los teléfonos (Riba, 2014, p. 15). La estrategia de la empatía con el consumidor, y de colonización de su vida social, cultural y personal, que nos recordaba Klein, conduciría ahora, de la mano de algunas marcas, disfrazadas de aliadas de la felicidad y el bienestar, a la promoción de la desconexión y el JOMO (Riba, 2014, p. 16). Sin embargo, pasar de un marketing agresivo y continuo, realmente aliado del FOMO, a otro más empático, amable o relajado, no sería sino una más de las sibilinas estrategias de venta al consumidor, ya que "tenemos que desconectar para conectar" (Ribas, 2014, p. 16).

2.3. Del teléfono inteligente al usuario inconsciente

Llama la atención la coincidencia entre este tipo de estudios que atienden a resultados de la experiencia de los usuarios en el uso de las TIC, Internet, redes sociales y teléfonos. Pero no se trata de nada nuevo. No pocos de sus diseñadores tenían conocimiento, más que suficiente, no sólo acerca del funcionamiento de su software y de su tecnología, sino del comportamiento humano. De modo que ya formaba parte de la intención inicial explotar al máximo su carácter atractivo y estimulante, fomentando su uso e incluso su abuso.

Se trata de algo que ha quedado manifiestamente patente con la creación del Centro para Humanizar la Tecnología, que se presentó en Washington a comienzos de 2018. En él, entre otros, se encuentran pioneros y directivos arrepentidos de Google, Apple o de Facebook, como su primer presidente, Sean Parker (ahora horrorizado: "Sólo Dios sabe lo que hace en el cerebro de nuestros críos") o Justin Rosenstein, inventor del botón de "Me Gusta". Su intención es la de realizar un cuestionamiento crítico acerca del uso de TIC, Internet y redes sociales, admitiendo el empleo de estrategias fomentadoras de comportamientos de tipo adictivo (Jiménez, 2018).

Precisamente empresas de Silicon Valley, entre ellas las que acabamos de citar, recurren a la neurociencia aplicada. Conocen así cómo responde el cerebro a los colores en las aplicaciones, identificando qué suscita placer y atención, haciéndose cargo de la importancia del color en conexión con las

emociones. Sería un secreto a voces la existencia de métodos para promover un mayor tiempo de uso y una mayor comprobación de los teléfonos móviles, al igual que los experimentos con usuarios de teléfonos y redes sociales para medir la actividad eléctrica del cerebro, con el objetivo de realizar cambios para llamar más la atención. Como sugiere el neurocientífico e investigador del color y las emociones Bevil Conway, el teléfono y su paleta de colores, más que estar diseñados para resultarnos agradables, están pensados para darnos "gratificaciones adictivas". Conway señala que el color sirve para decirnos qué podría ser importante y si vemos muchos colores y contrastes, estamos "bajo un estado constante de reforzamiento de la atención. Tu sistema de atención todo el tiempo te está diciendo: 'Mira, mira, mira, mira aquí'" (Bowles, 2018). En este sentido se inscribe la iniciativa de Tristan Harris (ético de la tecnología, a quien volveremos a aludir), para promover la utilización del gris, haciendo que la pantalla del teléfono resulte algo menos estimulante y se contribuya a disminuir la adicción que genera. Y es que, como enunciábamos al comienzo, no hemos dejado de ser animales a quienes nos siguen atrayendo los colores brillantes (Bowles, 2018).

Si los teléfonos no son neutrales, mucho menos lo serían las redes sociales. Diseñadores de esas mismas empresas han pasado por el Laboratorio de Tecnológica Persuasiva de la Universidad de Stanford, en el que se estudia cómo atraer al usuario mediante "recompensas variables". Se trata de estímulos no programados que propician la producción de dopamina en el cerebro, sabiendo que su entrega azarosa refuerza el comportamiento, al igual que en la adicción al juego y en línea con el experimento de Skinner en el que una paloma es alimentada cuando picotea en un botón. Si, en lugar de ser recompensada siempre, sólo lo es ocasionalmente, picoteará mucho más y compulsivamente (Herrero, 2018):

"Los *me gusta* y los retuits [...] son estímulos visuales que sirven como refuerzos positivos que provocan una satisfacción inmediata", explica Augusto Zafra, psiquiatra y director de la clínica de desintoxicación IVANE [...]. "El placer que provocan es tan intenso que a una persona vulnerable a las adicciones, la sume en comportamientos repetitivos" (Herrero, 2018)⁸.

⁸ Otros elementos relevantes desarrollados en las redes sociales y que señala Amado Herrero son: el detonante o trigger, elemento conducente a la realización de una acción (con la notificación aleatoria como detonante paradigmático); el impulso de reciprocidad (sistema de invitaciones); afán de sencillez y novedad máximas; reproducción y actualización automática de contenidos; "plato sin fondo" (aparición interminable de contenidos inspirada en un experimento con un plato de sopa) (Herrero, 2018).

Los propios impulsores del Centro de Humanización de la Tecnología declaran en su manifiesto fundacional que lo que se percibe como adicción es, en realidad, algo mayor de lo que hay que alertar:

Es parte de un problema invisible que afecta a toda la sociedad. Facebook, Twitter, Instagram y Google han creado productos que han tenido un impacto positivo en todo el mundo. Pero estas empresas también han creado una carrera por nuestra atención infinita. Lo necesitan para hacer dinero, forzados a rendir más que su competencia, usan técnicas de persuasión para mantenernos pegados. Como los news feeds [actualización de noticias] y más comportamientos para potenciar este uso. [...] Snapchat convierte nuestras conversaciones en rayitas. Los niños ahora miden así su amistad. Facebook nos segrega entre cámaras de eco, fragmentando comunidades. You Tube emite automáticamente un vídeo tras otro, incluso si comes o duermes. No son productos neutrales. Están diseñados para crear adicción (Jiménez, 2018).

El primer presidente de Facebook también ha admitido que esta red fue diseñada con el fin de explotar una "vulnerabilidad psicológica humana" y "consumir la mayor cantidad posible de tiempo de atención consciente". El Centro del que forma parte hace hincapié en la especial exposición de niños, adolescentes y jóvenes, carne de cañón en la batalla por su tiempo y su atención. De nuevo en clave española, la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción), advertiría acerca de la dependencia juvenil del teléfono móvil y las redes sociales (Herrero, 2018), entremos o no en la cuestión antes referida y discutida sobre el término de "adicción".

3. Resultados

Como resultados principales destacables se muestra de modo palmario que las TIC e Internet en general, y los teléfonos llamados inteligentes y las redes sociales en particular, son mucho más que meros soportes. Sus enormes repercusiones, de las que destacamos aquí las negativas, asociadas a la multifuncionalidad y la hiperestimulación sensorial, fomentarían la dispersión de la atención y su uso repetitivo y compulsivo, en la ausencia de límites espaciotemporales para su empleo.

Se revela cómo el comportamiento del usuario, muchas veces inconsciente, lejos de serle enteramente imputable, es resultado de una estrategia predefinida por ingenieros y diseñadores de las compañías tecnológicas, que estudian y explotan el conocimiento del comportamiento humano para promover y afianzar al máximo el uso del *smartphone* o de las redes sociales.

4. Discusión y conclusiones. De la inconsciencia manipulada a la consciencia personal y ciudadana. Dificultades del contexto cultural

Se pone de nuevo de manifiesto la vigencia del diagnóstico francfortiano de la crisis de la racionalidad instrumental. La crisis de la ciencia y la técnica, incapaces por sí solas de dotar a los seres humanos de finalidades vitales y existenciales y orientaciones éticas. Resulta, en este sentido, muy significativa la creación del Centro para la Humanización de la Tecnología por parte de pioneros e impulsores de las empresas de Silicon Valley.

Las tesis de Carr, que pivotan en torno a la advertencia de la pérdida de la capacidad de atención, lastrada por las TIC e Internet, en tanto que tecnologías de la distracción y la dispersión, y en torno a la alerta de la creciente dependencia de las máquinas, en perjuicio de la formación y las habilidades de sujetos humanos, parecen encontrar un eco importante en las reveladoras manifestaciones de quienes llegan de vuelta del Valle del Silicio.

Una de las coincidencias de los múltiples diagnósticos que hemos referido hasta ahora es la de la especial sensibilidad y afectación de niños y jóvenes. Al contrario de la alfabetización tradicional, la alfabetización digital ha invertido los roles intergeneracionales de aprendiz y de maestro. Si antaño, en principio, en el transcurso de la vida cabía aprender primero del mundo adulto gracias a su aprendizaje y superación de errores en muy diversos ámbitos, no sería el caso por lo general en lo referente a las TIC y al manejo del llamado teléfono inteligente y sus herramientas y aplicaciones. Algo que, en la era de las comunicaciones, dificulta, paradójicamente, la comunicación intergeneracional y aleja a unas generaciones de otras, acrecentando una autonomía infantil y juvenil en el uso más o menos solitario de TIC, que corre el riesgo, falto de referencias instructivas adultas, de convertirse en anomía, abuso y mal uso de ellas y de sus contenidos.

Este sería un caso extremo del diagnóstico que la antropóloga Margaret Mead realiza a finales del siglo XX, cuando habla de nuestra cultura en términos de cultura prefigurativa, en la que los adultos también aprenden de los niños (en contraste con culturas de un carácter más postfigurativo, en la que los niños aprenden sobre todo de sus mayores y las culturas cofigurativas, en las que niños y adultos aprenden de sus pares) (Mead, 2015, p. 35):

La cultura postfigurativa es aquella en que el cambio es tan lento e imperceptible que los abuelos, que alzan en sus brazos a los nietos recién nacidos, no pueden imaginar para éstos un futuro distinto de sus propias vidas pasadas. El pasado de los adultos es el futuro de cada nueva generación: sus vidas proporcionan la pauta básica. El futuro de los niños está plasmado de modo tal que lo que sucedió al concluir la infancia de sus antepasados es lo que ellos también experimentarán después de haber

madurado. [...] Ahora ingresamos en un período, sin precedentes en la historia, en el que los jóvenes asumen una nueva autoridad mediante su captación prefigurativa del futuro aún desconocido. (Mead, 2015, p. 35).

Siguen así resultando actuales diagnósticos de pensadores del siglo XX, muchos de ellos expresados en literatura y en cine del género antiutópico o distópico, como los efectuados por la Escuela de Francfort, que ya avisaba acerca de la senda que se estaba recorriendo hacia la sociedad administrada. Los pesarosos tecnólogos de California evocan el afán de Horkheimer, fundador de aquella Escuela, y que también vivió en Estados Unidos, por conservar los restos humanistas que se puedan salvar y lo que quede de libertad, autonomía e individualidad, ante el temor a la administración total (Estrada, 1990, p. 198-200). Esto es lo que afirmaba Tristan Harris, antiguo "diseñador ético" de Google y que nos proponía poner la pantalla del teléfono en gris: "Los dos grandes superordenadores del mundo están en Google y Facebook y están apuntando a los cerebros de la gente, a los de nuestros niños" (Jiménez, 2018).

A pesar de la variación de las formas, seguiría vigente la crítica de Adorno a la industria de la cultura de masas que, en palabras de Jordi Maiso, se trata, sobre todo de:

La crítica de un modelo de socialización que potencia las tendencias de sumisión a la autoridad [que] se sirve de los impulsos regresivos para retener a los sujetos en un escalón infantil y daña su capacidad de experiencia. [...] La reproducción del capitalismo avanzado incrementa la impotencia de unos sujetos debilitados e impotentes ante un aparato social que se les impone de manera incontestable. Las formas de socialización de la industria de la cultura convergen por tanto en un empobrecimiento de su capacidad de relacionarse con la realidad y en una merma de sus potencialidades, pero al mismo tiempo les ofrecen compensaciones que suavizan su sensación de insignificancia, les resarcen de los sacrificios que les han exigido su proceso de adaptación y permiten cerrar el círculo del conformismo, ofreciéndoles algo a lo que atenerse y modelando sus deseos, intenciones y juicios, e incluso sus formas de reacción más íntimas (Maiso, 2010, p. 67).

Advierte el paleoantropólogo Juan Luis Arsuaga, codirector de las excavaciones de Atapuerca, que una de las leyes de la historia en las que más cree es la de que "lo que se inventa no puede des-inventarse" y se pregunta, al respecto de las nuevas tecnologías, si el pensamiento de los seres humanos será más rico o más pobre y si ellos serán más o menos inteligentes. Hace notar también el parecido del nombre de tableta con el de tablilla, cuestionándose por qué no se llama así en español, lo que relacionaría el soporte más sofisticado con las antiquísimas tablillas cocidas de arcilla (Arsuaga, 2013). Esto nos da pie para explicitar algo patente: el carácter marcadamente anglófono y estadounidense de la globalización tecnológica, donde

un exiguo número de personas con un perfil muy parecido desde la bahía de San Francisco tienen una repercusión titánica y mundial (Martín, 2018).

¿Qué podemos hacer mujeres y hombres cuya condición humana es esa misma vulnerable psicológicamente, susceptible de ser embaucada por los cantos de sirena tecnológicos, atraídos por los colores brillantes, imitadores de deseos, navegantes más o menos orientados o perdidos en el océano digital de la Red, usuarios, trabajadores, consumidores, buscadores de amor, trabajo, ocio, placer, aceptación social, dinero, poder... a quienes todo eso y más se ofrece en nuestro teléfono a través de redes sociales e Internet?

Los estudios realizados *a posteriori*, reflejan el resultado triunfal de las presiones y los estudios utilizados previamente al desarrollo de TIC y de software por parte de sus diseñadores y comercializadores. El progreso hacia mayores cotas de consciencia y responsabilización por parte de los usuarios pasa por la información y la asunción de las dificultades del contexto cultural.

Si no es casual, sino causal, el sinfín del consumo de medios tecnológicos y sus contenidos, promovido por las compañías tecnológicas y sus equipos de ingenieros e investigadores, cuyo cometido es mantenernos el máximo de tiempo posible en el uso de sus productos, intentando convertirnos en "yonquis tecnológicos" (Herrero *apud* Alter⁹, 2018), tampoco será casual la resistencia que podamos ofrecer y que pasa, inexorablemente, por abandonar el rol de usuario inconsciente y adoptar otro de ciudadano informado y persona consciente. Si no lo hacemos por nosotros y nuestra conquista de mayores cotas de consciencia y libertad, podríamos hacerlo por motivaciones medioambientales (contra la escandalosa obsolescencia programada) y, en particular, intentando reaccionar a las condiciones deplorables de guerra y explotación de quienes extraen el coltán para nuestros teléfonos móviles y dispositivos digitales. Como advertía Carr puede que mientras más inteligentes sean estos, más tontos seamos nosotros.

⁹ Adam Alter, profesor de marketing y psicología, ha publicado el ensayo *Irresistible* (Taurus, 2018), en cuyo subtítulo se cuestiona: *¿Quién nos ha convertido en yonquis tecnológicos?*

Referencias bibliográficas

- Arsuaga, J.L. (2013). De la tablilla de arcilla a la electrónica. El Mundo. Especial. La ciudad del año. Recuperado de <https://goo.gl/b1AXnT>
- Blasco, L. (2017). El teléfono de sustitución diseñado para "curar" la adicción al smartphone. BBC. Mundo. Noticias. Recuperado de <https://goo.gl/iv6sL9>
- Bowles, N. (2018). Hay soluciones para acabar con tu adicción al teléfono. The New York Times ES, 17/1. Recuperado de <https://nyti.ms/2EPgOTa>
- Carr, N. (2011). Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Madrid: Taurus.
- Collera, V. (2012). El futuro de la lectura. El País, 15/9. Recuperado de <https://goo.gl/hy73sB>
- Estrada, J. A. (1990). La teoría crítica de Max Horkheimer. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Gil, F., del Valle, G., Oberst, U., Chamarro, A. (2015). Nuevas tecnologías - ¿Nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out. Aloma, 33 (2), 77-83. Recuperado de <https://goo.gl/XUbfSK>
- Herrero, A. (2018). Yonquis de Internet: las redes sociales admiten el truco para engancharte. Madrid: El Mundo, 10/1. Recuperado de <https://goo.gl/D5N2Ew>
- Jiménez Cano, R. (2018). Los pioneros de Google y Facebook reniegan de su creación. San Francisco: El País, 5/2. Recuperado de <https://goo.gl/idHfRE>
- Klein, N. (2001). No Logo. El poder de las marcas. Barcelona: Paidós/Planeta/Booket.
- Maiso, J. (2010). ¿Comunicación libre de coacción o falsa inmediatez? La crítica de Adorno a la industria de la cultura y los pasos en falso del "cambio de paradigma". Arxius, 22, 61-70. Recuperado de <https://goo.gl/cWjQoG>
- Martín, N. (2018). Pioneros de Google y Facebook se unen para proteger a los nichos de la adicción a la tecnología. Univisión, 5/2. Recuperado de <https://goo.gl/JzMuE4>
- Mead, M. (2015). Cultura y compromiso. Estudios sobre la ruptura generacional. Barcelona: Gedisa.

- Moreno Fernández, A. (2014). Ontogénesis humana y filosofía del sujeto en la teoría mimética de René Girard. *Revista de Filosofía*, 2 (39), 147-168. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_RESF.2014.v39.n2.47308
- Oughourlian, J.-M. (2017). *Cet autre qui m'obsède*. Paris: Albin Michel.
- Rampin, M. (2005). *Vender la moto. Trucos de la manipulación del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- Riba, A. (2014). FOMO versus JOMO. Del miedo al placer de desconectar. *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, 126, 12-16.
- Vargas Llosa, M. (2011). Más información, menos conocimiento. *El País*, 31/7. Recuperado de <http://goo.gl/wySGXr>

ANÁLISIS DEL USO DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS EN LA JUVENTUD DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

Mgs. Víctor Hugo Del Pozo Raymond

Universidad de Guayaquil, Ecuador

Mgr. Guadalupe Vernimmen Aguirre

Universidad de Guayaquil, Ecuador

Msc. Ingrid Estrella Tutivén

Universidad de Guayaquil, Ecuador

Resumen

La comunicación es el medio principal para mantener interconectados a todos los miembros de una sociedad, es la vía para fomentar no solo el desarrollo de una población sino además para fortalecer la unión entre la misma. El avance de la tecnología ha creado diversos escenarios y plataformas que décadas atrás eran inimaginables, los cuales partieron no solo de internet sino de la aparición de dispositivos electrónicos tales como los teléfonos inteligentes, tabletas y laptops los cuales revolucionaron al mundo. En Ecuador, el uso de las TIC también se ha disparado en los últimos años, tal como lo indica un último sondeo del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. El uso excesivo de estos aparatos, que sirven para estar conectados a internet, muchas veces causa un impacto negativo, sobre todo en los más jóvenes. Este es el análisis que esta investigación hizo sobre una muestra no probabilística de 298 habitantes de la provincia del Guayas, con un rango de edad que va desde los 14 hasta los 18 años. Además, se realizó una observación no estructurada donde se buscó verificar cuál es el mayor uso que estos jóvenes le dan a los teléfonos móviles y tabletas. El resultado que se obtuvo nos permite ver que este grupo humano más utiliza los teléfonos inteligentes como entretenimiento y nos permitió descubrir cuáles son los efectos negativos que provoca el uso excesivo de estos.

Palabras claves:

dispositivos tecnológicos, comunicación, redes sociales, familia, sociedad, comunicación familiar

1. Introducción

En la sociedad actual desarrollar nuestras actividades cotidianas sin la ayuda de un dispositivo tecnológico es prácticamente imposible. Si bien, la tecnología está basada en buscar generar una mejora en la vida de las personas el uso que se le puede dar a esta no necesariamente puede ser positivo. En el caso particular de los dispositivos tecnológicos tales como teléfonos inteligentes, tabletas o laptops han cambiado el mundo de la comunicación como anteriormente era concebido. Es impresionante como un aparato tecnológico puede incidir dentro de la interacción dentro de la sociedad que tiene un ser humano por lo que dentro de esta investigación se analizó qué uso le da la juventud de la provincia del Guayas dentro de Ecuador.

La generación actual nació y se desarrolló ya en un mundo tecnológico a diferencia de anteriores generaciones, por lo tal es importante observar qué usos se les da a estos dispositivos.

Una persona dentro de este mundo tecnológico debe tratar de mantener el equilibrio entre el uso, exceso y abuso de estos aparatos. “El crecimiento exponencial que el uso de la telefonía móvil ha desarrollado en los últimos tiempos, con una tasa de penetración del 100%, hace que esta se haya convertido en un objeto social dominante y personal” (Sánchez-Carbonell et al., 2008)

Diversos estudios sustentan la preocupación respecto al mal uso que los jóvenes podrían dar a los dispositivos tecnológicos, que, sumados a las redes sociales, podrían formar en ellos malos hábitos. Se puede llegar a inferir que ellos priorizan la comunicación mediada por el móvil dejando en segundo plano la comunicación personal. Todo esto puede ir en detrimento de las relaciones personales, así como crear ansiedad en los adolescentes cuando están esperando la respuesta a alguna interacción que realizan a través de un teléfono inteligente o tableta y esta no llega o no tiene acceso al mismo durante un tiempo determinado (poner referencia bibliográfica que soporte esta afirmación).

1.1. La tecnología en los jóvenes

Un joven puede fácilmente apropiarse de nuevos hábitos simplificando la incorporación de estos a su vida diaria, es por este motivo que la aparición de nuevos dispositivos tecnológicos capta el interés de los jóvenes por las diferentes facilidades que estos proporcionan. A pesar del beneficio que les otorgan a las personas, el uso excesivo de los móviles puede convertirse en adicción y transformarlos en esclavos de la tecnología.

Según (Laurent, Samarajiva, Galperin, & Gillwald, 2014) “el intercambio de la información ha pasado por una revolución. Los teléfonos móviles pasaron de ser un lujo a convertirse en el dispositivo más usado por las personas, son ahora claves para la recopilación de información” (p. 5).

1.2. Telefonía celular

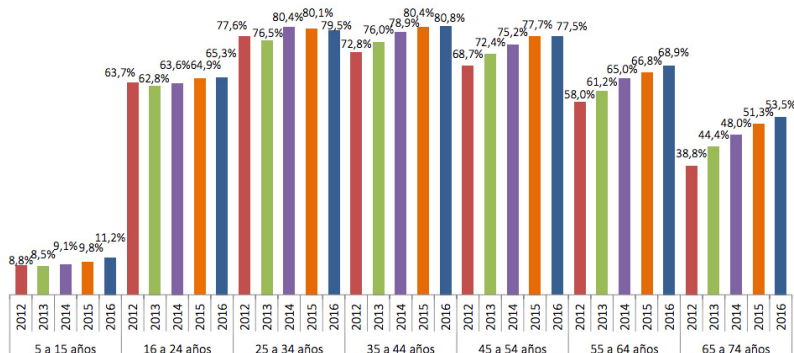
Es indiscutible que uno de los dispositivos tecnológicos mayormente utilizados por los jóvenes son los celulares o teléfonos inteligentes. El uso que estos pueden tener puede ser diverso lo cual iría desde una herramienta académica para ampliar el conocimiento hasta ser una fuente de entretenimiento.

Según Hallar (2008) es indudable el beneficio que la telefonía celular ha tenido, prueba de ello es la rapidez con la que esta tecnología se ha hecho disponible al público, pasando de ser un artículo de lujo a ser algo relativamente barato y común en poco más de una década. El celular en la actualidad es un dispositivo tecnológico el cual está presente en la mayoría de actividades de los jóvenes el cual en diversas situaciones otorga ayuda a estos.

Perniola (2006, 28) afirma que “también en la comunicación hay un secreto: este consiste en tornarse invisible por exceso de exposición”. En esta era todas las personas están expuestas al fenómeno del uso del celular puesto a pesar de estar en seminarios, reuniones familiares o momentos entre amigos el uso de este nos vuelve invisible para el resto.

El uso de las TIC dentro de los jóvenes va a propiciar el acercamiento o el aislamiento del mismo en una sociedad. Si bien es conocido que estas tecnologías pueden conectar a personas sin importar la distancia, a su vez puede generar el efecto de aislamiento de la misma. Dentro de este aislamiento un joven puede confundir el mundo digital con el mundo real.

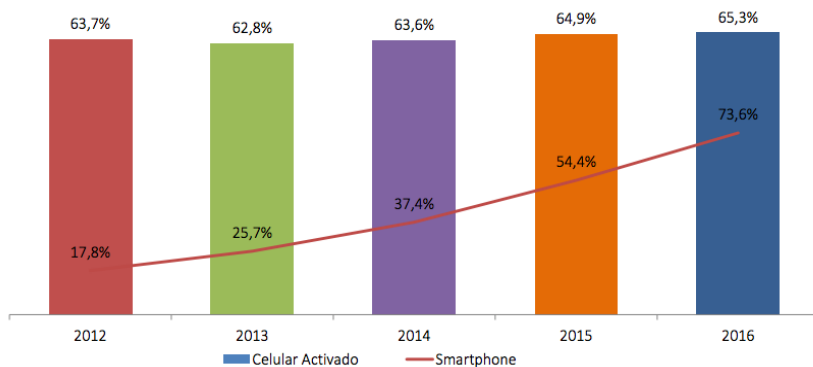
Gráfico 1. Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado por grupos en Ecuador



Fuente: elaboración propia.

Se puede observar que la mayoría tiene acceso a un dispositivo celular dentro de Ecuador por lo que es este visiblemente puede afectar de diversas maneras a una sociedad.

Gráfico 2. Porcentaje de personas de 16 a 24 años que tienen celular activado y de estos celular Smartphone a nivel nacional



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2016). Información disponible desde diciembre 2011

La tendencia creciente a poseer un celular inteligente activado se observa dentro de los ecuatorianos de 16 a 24 años por lo que esto puede generar

diversos paradigmas a estudiar dentro de esta población (tienes que sustentar esto en bibliografía).

1.3 Uso excesivo de dispositivos tecnológicos

Se puede observar dentro la sociedad diversas consecuencias por el uso excesivo de un dispositivo tecnológico. El que puede generar los siguientes trastornos:

1.3.1 Trastornos visuales y auditivos

Este trastorno se origina por el uso extensivo de tiempo de un dispositivo el cual afecta al sistema auditivo o visual del ser humano. En pocas palabras el sonido que emite un dispositivo de manera prolongada puede generar un trastorno en el sistema auditivo. En el caso de los jóvenes estos dispositivos son empleados para escuchar música mediante auriculares a un nivel alto de sonido lo cual termina afectando el sentido del oído.

1.3.2 Tensión ocular

La acción prolongada de observar un monitor o la pantalla de un dispositivo tecnológico puede generar una tensión dentro de la vista de la persona, daño que incluso puede ser permanente.

1.3.3 El insomnio juvenil

Se considera como insomnio a la alteración del sueño de un adolescente, el cual se da de manera común por el uso excesivo de un dispositivo electrónico. El sonido de estos puede perturbar el descanso durante las horas de sueño debido a la expectativa de interacción que tienen estos con los jóvenes. El sonido de un mensaje o llamada dentro de estos dispositivos puede ocasionar que una persona sacrifique su ciclo de sueño por mantener la interacción social realizada a través de estos.

1.4. Nuevos medios de Comunicación.

La comunicación ha existido desde tiempos remotos y décadas atrás se desarrollaba a través de la radio, televisión o la prensa escrita. Debido a los cambios tecnológicos la participación de estos en el proceso comunicacional se ha visto disminuidos ante las TIC, puesto que mediante estas tecnologías se abrieron nuevos escenarios comunicacionales.

Es fácil observar y comparar la comunicación de estos tiempos con la de años atrás, estos presentan cambios totalmente evolutivos que se hacen im-

prescindibles en cada hogar (Franco & Pellicer, 2014). “los cambios tecnológicos y la globalización mediática han obligado a las redacciones del siglo XX a reconvertirse para adaptarse. Debido al internet la comunicación es inmediata, cambia nuestra forma de informarnos, relacionarnos, se populariza al concepto de aldea global” (pag.13). En un mundo globalizado entrelazado por distintos canales de comunicación los cuales se presentan atractivo para la sociedad son de fácil manipulación por parte de las personas y jóvenes quienes conforman o hacen participe del manejo de la tecnología para mantener una conversación, aunque sea por este medio ya que brinda un servicio agradable y útil para hacerlo.

La comunicación a través del tiempo va evolucionando por lo que siempre será importante estudiar los cambios que se den en relación con esta. Lo cual muestra que a lo largo de los años estas transformaciones comunicativas serán en aumento, debido a las modalidades que toman las personas y a los cambios que brinda la tecnología.

Los dispositivos tecnológicos fueron creados para facilitar la vida de los seres humanos siendo esto bueno ya que es de ayuda, pero no es bueno excederse con la utilización masiva y en todo momento con el uso de estos equipos.

Al observar dichos equipos, estos son los causantes de que los jóvenes desperdicien horas y se involucren cada vez más hacia un encerramiento en un mundo tecnológico o cibernético, teniendo más contacto comunicativo por medio de una red que con los miembros de su familia.

La relación que se lleva mediante un aparato tecnológico es muy adictiva en ciertos casos por eso es necesario investigar y saber porqué estos equipos causan una totaldependencia por parte de los jóvenes.

2. Métodos

Esta investigación científica referente al uso de dispositivos tecnológicos utilizó como técnica la encuesta dirigida a una muestra no probabilística de 298 habitantes de la provincia del Guayas, con un rango de edad que va desde los 14 hasta los 18 años. Se escogió a esta población debido a su representatividad dentro del Ecuador. Se empleó también una observación no estructurada realizada a los habitantes jóvenes de sectores urbanos, representativos del lugar sujeto a estudio, donde se buscó identificar cuál es el mayor uso que estos jóvenes le dan a dispositivos tecnológicos, como celulares y tabletas.

3. Resultados

Se obtuvo como resultado de la encuesta realizada los siguientes datos:

1. ¿Considera el uso del celular como una herramienta útil de comunicación?

Tabla N°1

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Si | 271 | 90,94% |
| No | 21 | 7,05% |
| Indiferente | 6 | 2,01% |
| Total | 298 | 100,0% |

Fuente: Encuestados.
Elaborado: Los autores

En la tabla N°1 se comprueba que los encuestados consideran el uso del celular como una herramienta útil de comunicación con un 90,94%.

2. ¿Usted cree que es mejor llevar una conversación mediante el uso un dispositivo tecnológico?

Tabla N° 2

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo | 202 | 67,79% |
| Parcialmente de acuerdo | 86 | 28,86% |
| No es mejor | 10 | 3,35% |
| Total | 298 | 100,0% |

Fuente: Las encuestas
Elaborado: Los autores

La encuesta realizada indica que un 67,79% está Totalmente de acuerdo con que es mejor llevar una conversación mediante un dispositivo tecnológico.

3. ¿Cuándo se siente estresado hace uso de su móvil?

Tabla N° 3

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Bastante | 210 | 70,47% |
| Poco | 36 | 12,08% |
| Nunca | 52 | 17,45% |
| Total | 298 | 100,0% |

Fuente: Encuestados.
Elaborado: Los autores

En esta pregunta se observa que el uso de del dispositivo celular es empleado para aliviar el estrés por parte de los jóvenes al 70,47% de los encuestados indicar que usan bastante este aparato en momentos de estrés.

4. ¿Para que utiliza su celular o tablet?

Tabla N° 4

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Investigar | 15 | 5,03% |
| Chatear | 195 | 65,44% |
| Jugar | 68 | 22,82% |
| Hacer y recibir llamadas | 20 | 6,71% |
| Total | 298 | 100,0% |

Fuente: Encuestados.
Elaborado: Los autores

El resultado obtenido en la encuesta nos permite observar que el 64,44% lo emplea para chatear, un 22,82% para jugar mientras que tan solo un 6,71% para realizar llamadas.

5. ¿Cuánto tiempo utiliza al día dispositivos tecnológicos como celulares o tabletas?

Tabla N° 5

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| 1 – 2 horas | 22 | 7,38% |
| 3 – 5 horas | 75 | 25,17% |
| 6 – 8 horas | 80 | 26,85% |
| Más de 8 horas | 121 | 40,60% |
| Total | 298 | 100,0% |

Fuente: Encuestados.
Elaborado: Los autores

Se utilizo el siguiente modelo de ficha de observación destinado a contrastar los datos recogidos de la técnica de la encuesta.

FICHA DE OBSERVACIÓN

ASPECTOS A OBSERVAR:

1. CONOCIMIENTO SOBRE EL USO DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS:

| | REGULAR | BUENO | MUY BUENO |
|--|---------|-------|-----------|
| a) Conocimiento del uso de un celular o tableta. | | | |
| b) Manejo de redes sociales y chats. | | | |
| c) Dominio de la navegación por internet | | | |
| d) Empleo del celular o tableta como fuente de información | | | |

2. RELACIÓN CON EL USO DE CELULARES O TABLETAS:

| | SI | NO | NO SE OBSERVA |
|--|----|----|---------------|
| a) Las aplicaciones de los dispositivos celulares son empleadas constantemente. | | | |
| b) El observado se aísla de las personas cercanas por mantenerse en la interacción con un celular. | | | |
| c) El observado establece relaciones con otros a través de dispositivos tecnológicos. | | | |
| d) Prefiere la comunicación digital en vez de la comunicación personal. | | | |

El resultado obtenido del primer aspecto a considerar dentro de esta técnica nos da a conocer que el conocimiento del uso de un celular o tableta dentro de los jóvenes es muy bueno. También se constató que tienen un muy buen manejo de las redes sociales y chat. Respecto al dominio de la navegación por internet se podría decir que son bueno sin embargo los jóvenes tienen preferencia por perfeccionar el manejo de redes sociales mientras que el uso que estos le dan como fuente de obtención de información es regular.

En el segundo aspecto que considera la ficha de observación dio como resultado que los jóvenes sí emplean constantemente aplicaciones de los dispositivos celulares. En el desarrollo de esta técnica se constató que el uso del celular o tableta aísla a las personas del entorno donde se encuentra, al dar prioridad a la interacción que tienen con estos dispositivos tecnológicos. Se pudo evidenciar que un aparato tecnológico puede aportar a la generación de relaciones con otros y que estos dispositivos favorecen a la comunicación digital la cual prefieren los jóvenes en vez de la comunicación personal.

4. Discusión y conclusión

El interés por parte de los jóvenes de la provincia del Guayas para reemplazar la comunicación cara a cara por la comunicación digital o virtual a través de un dispositivo tecnológico es evidente. Estos prefieren aislarse de las personas cercanas a estas por la interactividad que estos tienen con los teléfonos celulares. A pesar que diversos traumas pueden ser ocasionados por el uso intensivo que un adolescente puede darles a estos, ellos prefieren relacionarse mediante estas tecnologías. El uso más común que se le da a estos aparatos es para chatear y jugar, considerando que se toma como una opción para disminuir el estrés, pero los efectos por el exceso de uso pueden afectar la interacción social

Referencias bibliográficas

- Barroso, J. y Cabero, J. (2010) La investigación educativa en TIC. Visiones prácticas. Madrid: Editorial Síntesis.
- Bernal, A, y Román, J. (2013). La curiosidad en el desarrollo cognitivo: análisis teórico. UNACIENCIA. Revista de Estudios e Investigaciones. Año 6, nº 11.
- Dewey, J. (2014). Naturaleza Humana y Conducta: Introducción a la Psicología Social. Mexico: Fondo de Cultura Economica.
- Fernández, D. (2013). La Innovación Tecnológica: Creación, Difusión y Adopción de las TIC. Barcelona, España: UOC.
- Fernández, D. (2013). La Innovación Tecnológica: Creación, Difusión y Adopción de las TIC. Barcelona, España: UOC.
- Franco, M., & Pellicer, M. (2014). Optimismo Para Periodistas: Claves Para Entender los Nuevos Medios de Comunicación en la Era Digital. Barcelona, España: UOC.
- Gifreu, A. (2014). Pioneros de la Tecnología Digital: Ideas Visionarias del Mundo Tecnológico Actual. Barcelona, España: UCO.
- Hallar, L. (2008). El uso del celular como forma de comunicación. Revista Hermeneutic (8), 4.
- Kaplún, M. (2010). Una Pedagogía de la Comunicación (Ediciones de la Torre (2010) ed., Vol. volumen 10). (E. d. (2010), Ed.) Madrid, España.
- Laurent, E., Samarajiva, R., Galperin, H., & Gillwald, A. (2014). Los Pobres en la Era de la Información: Combatiendo la Pobreza con Tecnología. Ottawa, Canada: IDRC.
- Laurent, E., Samarajiva, R., Galperin, H., & Gillwald, A. (2014). Los Pobres en la Era de la Información: Combatiendo la Pobreza con Tecnología. Ottawa, Canada: IDRC.
- Len, M. (2010). La Enseñanza de los Medios de Comunicación (Vol. Volumen 1). Madrid, Mostoles, España: Ediciones de la Torre.
- Perniola, M. (2006). Contra la comunicación. Buenos Aires: Nómadas / Amorrortu Editores. San Pedro, (18/10/2005) "NPN h lgo". En diario Clarín <http://edant.clarin.com/diario/2005/10/18/sociedad/s-03015.htm>

- Ron, R., Álvarez, A., & Núñez, P. (2013). *Los Efectos del Marketing Digital en Niños y Jóvenes. Smartphones y Tablets ¿Enseñan o Distraen?* Madrid, España: ESIC.
- Said, E. (2010). *Tic´s, comunicación y periodismo digital* (Uninorte ed., Vol. 1). (E. Said, Ed.) Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A. & Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*, 20 (2), pp. 149-160.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los Medios: Entornos, Evoluciones e Interpretaciones*. Barcelona, España: GEDISA.

ESTUDIO DE LA DEPENDENCIA AL TELÉFONO MÓVIL EN UNIVERSITARIOS/AS DEL GRADO DE EDUCACIÓN SOCIAL DE LA UHU

Dra. María Cinta Aguaded
D^a Mercedes Carvajal Galván
D^a Lorena García Campanario
D^a Jennifer García Fernández
Universidad de Huelva, España

Resumen

El teléfono móvil es un instrumento tecnológico relativamente nuevo y accesible, especialmente para los jóvenes, cuyo abuso del uso conlleva el comportamiento adictivo. ¿Existe más dependencia al teléfono móvil en mujeres que en hombres?; ¿Influye la edad en la dependencia al teléfono móvil? El interés por este problema ha aumentado al paso de los años, especialmente por la implicación de población cada vez más joven. El objetivo general de la presente investigación es averiguar el número de alumnos/as que disponen de teléfono móvil y de Internet, así como también analizar la dependencia al móvil entre las distintas edades (19-24/25-30 y de 30 en adelante), y averiguar el grado de dependencia en los estudiantes universitarios de Educación Social, comparándolo entre ambos sexos. Para ello, se realizó un cuestionario a los alumnos/as de los cuatro años de carrera de la Universidad de Huelva del grado de Educación Social. Se realizaron 133 cuestionarios, indicando los resultados que en su mayoría son mujeres de edades comprendidas entre 19 y 24 años. Se confirma que el 100% de los alumnos/as de dicho grado tienen teléfono móvil e internet.

Palabras claves

Teléfono móvil, adicción al teléfono móvil, adolescentes, jóvenes, internet

1. Introducción y justificación

Las nuevas tecnologías de la información rompen barreras espacio-temporales, facilitando la interacción entre personas mediante formas orales (la telefonía), escritas (correo electrónico), o audiovisual (videoconferencia). Además, permiten y facilitan una mayor comunicación entre las personas independientemente de su situación geográfica o temporal, Area, (2002)

La dependencia al teléfono móvil en universitarios ha sido el punto partida para el planteamiento para este estudio. Esta preocupación ha llevado a hacer un análisis exhaustivo de estudios relacionados con el tema. Dicho fenómeno ha repercutido negativamente en los estudiantes universitarios del uso correcto de la sintaxis y la morfología de las palabras, lo que se refleja en la pésima ortografía que tienen los estudiantes y su escasa capacidad para comunicarse de manera formal con otras personas. En las aulas se ha incorporado como apoyo complementario al aprendizaje, pero esto conlleva a la desviación de la atención al profesorado.

Las redes telemáticas propician nuevas formas de participación social más allá de los límites territoriales locales. La actuación del individuo generalmente limitada al ámbito de la comunidad o territorio específico en el que vive, se abre ahora, a través de las tecnologías digitales de comunicación a la intervención en espacios más globales. No solo se está más informado de todo lo que pasa en el mundo, sino que además permite experimentar nuevos modos de organización y participación ciudadana más allá del ámbito de los estados tradicionales en todos los niveles y ámbitos, Giddens, (2000).

Uno de los factores más relevantes que han hecho la expansión de las TICS es la globalización, por su fuerte carga ideológica y política. Aunque las tecnologías no son la causa del fenómeno de la globalización sí que actúan como motores aceleradores de este proceso, Trejo, (2000)

A pesar de los notorios beneficios de las TICS también obstaculizan el proceso hacia un modelo social más democrático y de equilibrio en la distribución de la riqueza material, así como hacia un modelo de sociedad menos agresivo con la diversidad cultural y medioambiental. A lo largo de la segunda mitad del siglo XX Ha ido creciendo la conciencia del peligro de la tecnología, en cuanto ésta construye tecnológicamente la realidad, Castells, (2000).

El acceso a las nuevas tecnologías y al conocimiento de la información y comunicación, no está al alcance de todas las personas, provocando una desigualdad. Algunas variables que dificultan dicho acceso son los recursos económicos, formación y la información que se tiene de las TICS, fomentando la brecha digital, UNESCO, (2001).

Las nuevas tecnologías y con ello las redes sociales, tales como WhatsApp, Facebook, Twitter, son plataformas de continuo crecimiento y que tienen

como destinatario principal a los más jóvenes. Aunque su uso se ha generalizado a personas de todas las edades, desde los más pequeños, hasta adultos y mayores. Con ello y centrándonos en los más pequeños, los modelos de socialización están cambiando, los usos de las nuevas tecnologías juegan un papel importante en su educación. En relación al sistema educativo, las aulas cuentan cada vez más con pizarras digitales, ordenadores, proyectores, sistemas de audios, entre otros. Blázquez, (2001). A la vez que se fomenta las TICS también se promueven un uso saludable de éstas, en el caso de Andalucía según El Observatorio de la Infancia un 8,1% de adolescentes han sufrido maltrato psicológico por el teléfono móvil, en esta materia se han elaborado programas de prevención en el uso de las tecnologías y de prevención del ciberbullying, un ejemplo de ello es el programa de “PREVENCIÓN DEL ACOSO ESCOLAR CON EDUCACIÓN EMOCIONAL” (Bisquerra, 2011). En relación al nivel psicológico, se observan mayores efectos negativos, ya que la dependencia que genera afecta a las demás esferas del comportamiento. Por ejemplo, un estudio sobre el uso del móvil en 2,486 adolescentes realizado por Chóliz y Villanueva (2009) reveló que entre los 14 y 18 años se perciben mayores síntomas de abstinencia, cuando no podían usar el dispositivo, además de interferencia con la realización de actividades cotidianas, dificultad para controlar el impulso de usarlo, y problemas con familiares y profesores. También se ha señalado que hasta el 53% de usuarios de teléfonos móviles presenta síntomas de nomofobia, que es la fobia a quedarse sin éste por tiempo prolongado. Esta patología tecnológica consiste en tener miedo irracional a salir a la calle sin él, olvidarlo, perderlo, que se descargue la batería o estar en una zona sin cobertura de red, pudiendo desencadenar conductas de agresividad, inestabilidad o dificultades de concentración, García & Fabila, (2014).

Las adicciones comportamentales, y en especial la adicción al teléfono móvil, han aumentado su interés en un gran número de investigadores. Cada año se hacen estudios relacionados con el caso. Un estudio bibliométrico exploró el número de publicaciones entre 1996, 2004 y 2005. Comprobándose que antes la adicción al teléfono móvil solo correspondía al 2,2% de los artículos encontrados, Carbonell, Guardiola, Beranuy y Bellés, (2009).

Cabe destacar que el teléfono móvil ha pasado de ser un mero instrumento de comunicación interpersonal a convertirse en una plataforma de gran complejidad, que oferta servicios variados, Buchinger, (2011). Surgen varias cuestiones a abordar en nuestra investigación: ¿existe más dependencia al teléfono móvil en mujeres que en hombres?; ¿influye la edad en la dependencia al teléfono móvil? Este interés viene dado por las consecuencias negativas que conlleva el exceso del uso a dicho dispositivo y el fenómeno de expansión que ha supuesto en los últimos años en el ámbito universitario.

2. Método

Como técnica más apropiada en relación al problema planteado en nuestra investigación se utilizará la muestra no probabilística deliberada, ya que se ha seleccionado debido a los sujetos que poseen características necesarias para la investigación.

El estudio se realizará en la Universidad de Huelva, una de las más jóvenes de la comunidad de Andalucía. Cuenta con ocho facultades y una escuela técnica Superior de Ingeniería. Nuestra joven universidad se encuentra dividida en cuatro campus: Cantero Cuadrado, Campus de La Merced, de La Rábida y Campus de El Carmen, donde se centrará la investigación. Es el más moderno y reúne a la mayoría de las facultades de la Universidad.

La actividad de la universidad, así como su autonomía, se fundamenta en el principio de libertad académica manifestándose en las libertades de cátedra, docencia, investigación y de estudios. A pesar de su corta existencia, se encuentra en pleno desarrollo en relación a proyectos de investigación de excelencia y una docencia de calidad, contando con ayudas adicionales en su Plan Propio para los nuevos proyectos.

La muestra recogida es de los y las estudiantes del grado en Educación Social de los cuatro cursos de la carrera. La muestra invitada es de un total de 416 alumnos y alumnas, de los cuales 103 provenían del primer curso, 74 de segundo, 104 de tercero y 135 del cuarto. Las edades de los/as estudiantes fluctúan entre los 18 y 35 años, siendo el 93,5% alumnos y alumnas de entre 18-24 años. El 79,3% de la muestra está conformado por mujeres, y el 20,7% por hombres.

| GRADO EN EDUCACIÓN SOCIAL | MUESTRA INVITADA | MUESTRA REAL |
|---------------------------|------------------|--------------|
| Primer curso | 103 | 50 |
| Segundo curso | 74 | 38 |
| Tercer curso | 104 | 20 |
| Cuarto curso | 135 | 25 |
| Total | 416 | 133 |

Por ello el objetivo general de la presente investigación es averiguar el número de alumnos que disponen de teléfono móvil y de Internet. Siguiendo

esta línea, como objetivos específicos se pretende averiguar el grado de dependencia al teléfono móvil en los estudiantes universitarios de Educación Social, comparándolo entre ambos sexos, y analizándolo entre las distintas edades (19-24/25-30/más de 30).

El grado de Educación Social cuenta con un gran porcentaje de mujeres debido al gran impacto que tiene hacia todos y todas las personas la sociedad en la que vivimos. Desde tiempos remotos, las funciones de la mujer estaban encaminadas hacia la ayuda a los demás, el cuidado de las personas, la empatía, y un sinfín de calificativos dirigidos hacia una personalidad de comprensión y humildad. Hoy en día aún se sigue manteniendo dicho pensamiento, aunque en menor medida. Por ello, si la mayoría de los estudiantes son mujeres, serán las que tengan más dependencia al teléfono móvil.

Por otro lado, hace diez años atrás, la distribución del tiempo libre y la interacción entre niños y niñas era diferente a la manera de hoy en día, ya que se relacionaban con juegos tradicionales, y su mayor tiempo libre lo pasaban jugando con sus iguales. Actualmente, los jóvenes sienten como una “necesidad” poseer un teléfono móvil, una play o cualquier aparato electrónico desde edades muy tempranas para invertir su tiempo libre. Por ello, si la mayoría de estudiantes comienzan a utilizar el móvil desde pequeños, tendrán más dependencias las personas estudiantes de los 19 años a los 24 años.

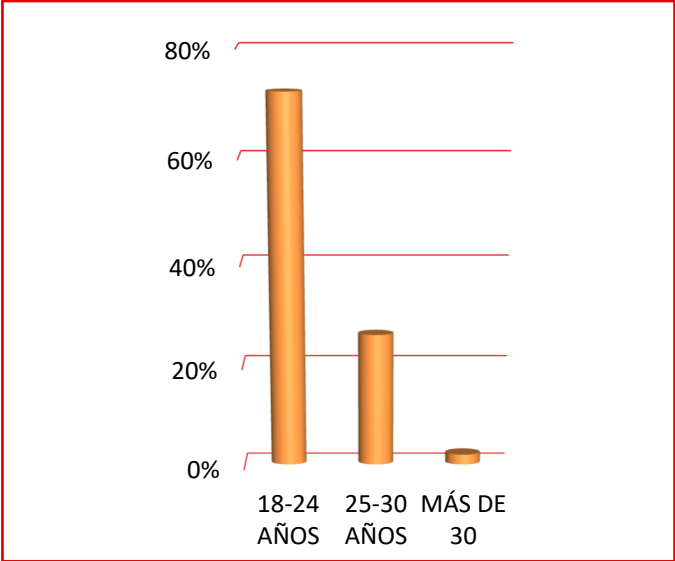
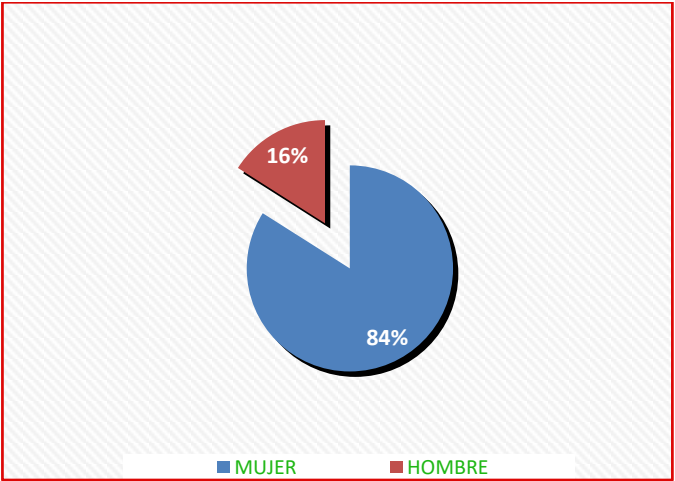
La investigación llevada a cabo será de corte mixto ya que se conjugan métodos cuantitativos y cualitativos. Se han realizado cuestionarios con la mayoría de las preguntas cerradas donde se recogen los datos de forma cuantitativa; pero también cuenta con varias preguntas abiertas donde se recogen de forma cualitativa. Se han trasladado los resultados de las personas que han sido participes de la investigación a porcentajes y a una tabla donde quedan éstos quedan recogidos. Partimos de un paradigma positivista en el que se describe la realidad estudiada.

Se utilizó como instrumento de investigación un cuestionario creado por las responsables del proyecto. Cuenta con treinta preguntas de respuestas múltiples y, además, preguntas abiertas para recoger la opinión de los destinatarios. Los resultados serán expuestos en una tabla comparativa entre los diferentes cursos del grado.

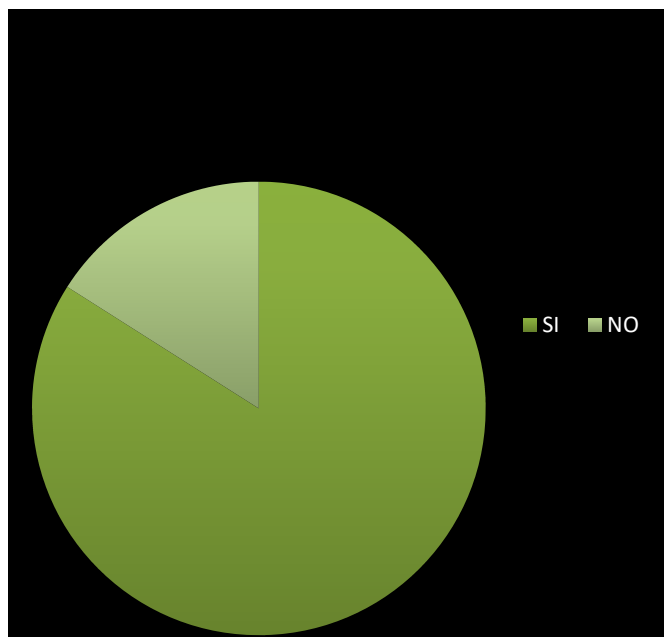
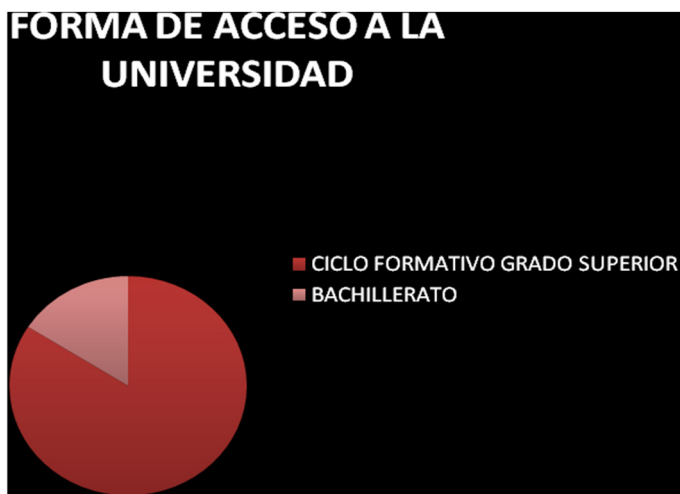
La mayoría de las evaluaciones a los estudiantes de Educación Social se realizaron de manera online. La recogida de datos se realizó en el turno de mañana de los cuatro cursos del grado, correspondientes al período académico 2017/18.

3. Resultados

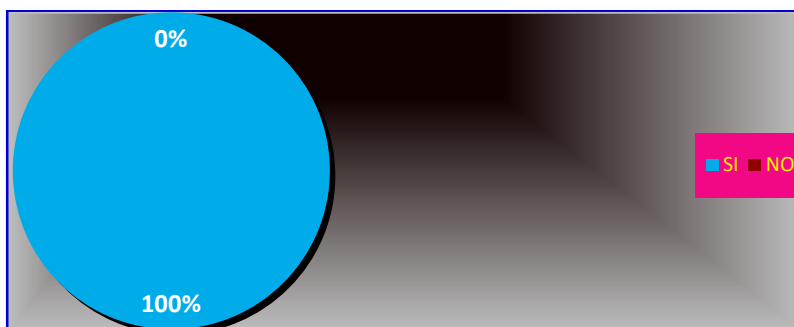
Dado los objetivos de nuestro estudio para el análisis de los datos se realizaron tablas comparativas con las respuestas obtenidas de los diferentes cursos. Se analizaron las diferencias de la adicción al teléfono móvil en dos dimensiones: en función del género de los estudiantes y la edad.



En lo que se refiere al género, según puede observarse en la tabla número 1, las mujeres presentaron puntuaciones más elevadas que los hombres. Respecto a las diferencias entre las edades de los diferentes cursos del grado de Educación Social de la Universidad de Huelva, los alumnos y alumnas de edades entre 18-24 años presentaron puntuaciones más altas que el resto. Las respuestas obtenidas son de 103 alumnos/as que provenían del primer curso, 74 de segundo, 104 de tercero y 135 del cuarto.



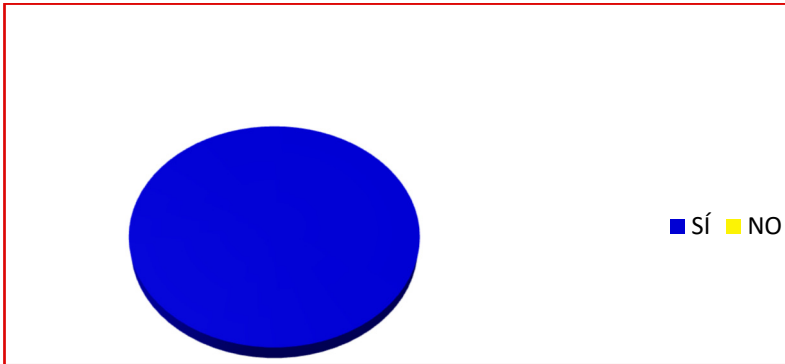
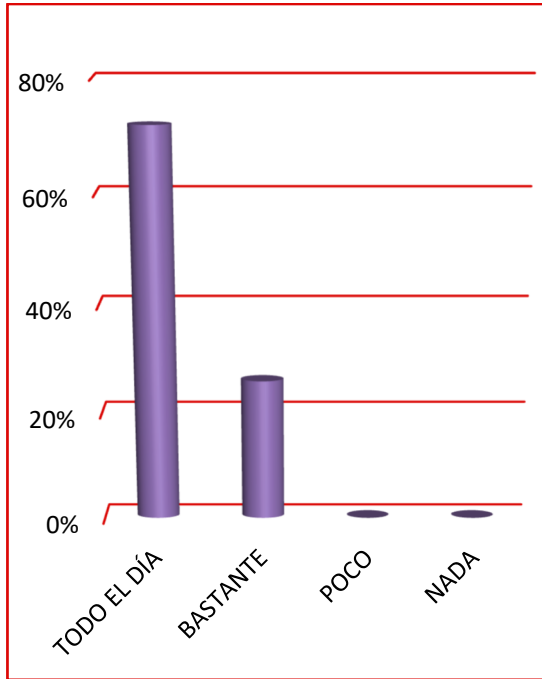
La mayoría de los estudiantes son residentes de la provincia de Huelva y han accedido a la Universidad mediante ciclo formativo de Grado superior. En la gráfica se observa las claras diferencias con respecto a la titulación y la residencia.



Como se puede observar en el gráfico anterior, todos y todas las estudiantes disponen del teléfono móvil e internet.

| ¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS EL INTERNET EN EL TELÉFONO MÓVIL? | |
|--|-------|
| NADA | 0% |
| POCO | 3.2% |
| BASTANTE | 32.3% |
| MUCHO | 64.5% |

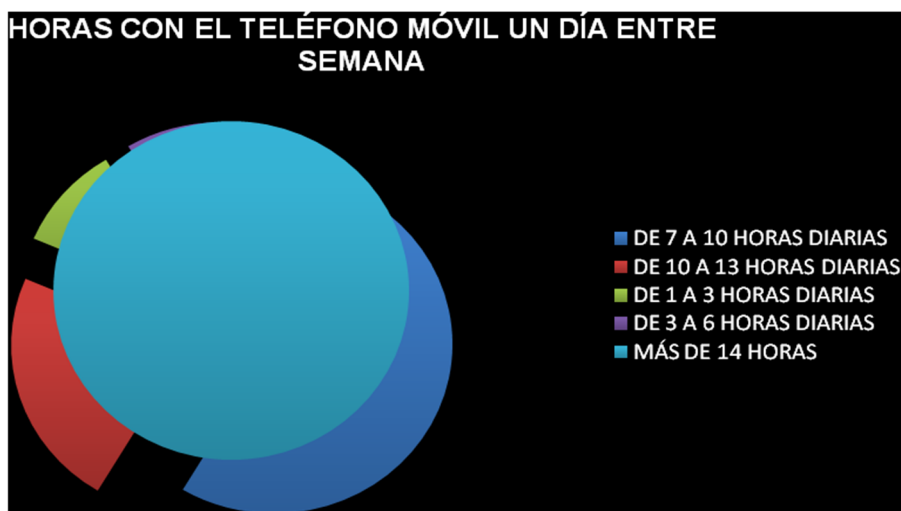
Se aprecia claramente como los/as estudiantes usan con frecuencia el internet en el teléfono móvil, respondiendo la mayoría de las personas con bastante y mucho, al contrario de la respuesta nada que nadie ha respondido.



Esta red social es la que más se suele usar ya que es el medio de comunicación rápida que todo el mundo usa hoy en día. Por ello, la mayoría de las personas lo usan o todo el día o bastantes veces en el día ya que siempre estamos comunicándonos con personas estén en el lugar que estén.

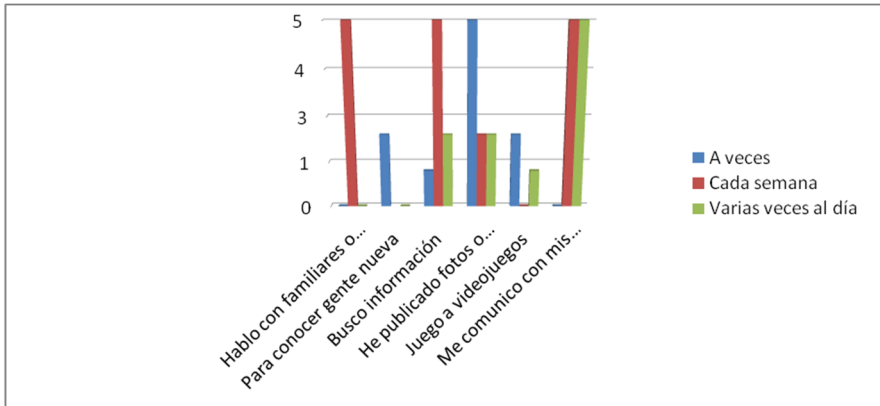
| FRECUENCIA DE USO | TWITER | INSTAGRAM | FACEBOOK |
|-------------------|--------|-----------|----------|
| POCO | 93.5% | 22.6% | 29% |
| MUCHO | 3.5% | 22.6% | 22.6% |
| BASTANTE | 3% | 45.2% | 38.7% |
| TODO EL DÍA | 0% | 9.7% | 9.7% |

En la tabla comparativa entre las distintas redes sociales se puede observar como la única que usan poco es Twitter ya que es una red social que se ha quedado más antigua, siendo de las primeras que salió. Facebook e Instagram están más actualizadas y son más modernas, apreciándose en la tabla como la mayoría de los estudiantes han respondido que la usan mucho y bastante.

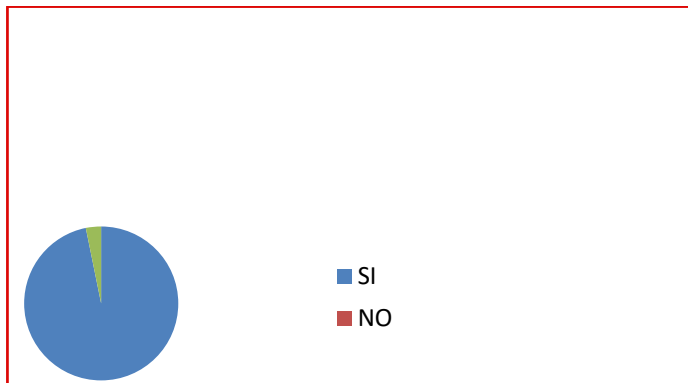


Los jóvenes pasan muchas horas al día con el teléfono móvil ya sea para estar comunicados, mirando redes sociales o cual sea la utilidad que se le esté dando, pero se ha comprobado que un porcentaje muy alto usa más de 7 horas al día el móvil.

EN TUS RELACIONES SOCIALES MEDIANTE EL TELÉFONO MÓVIL.

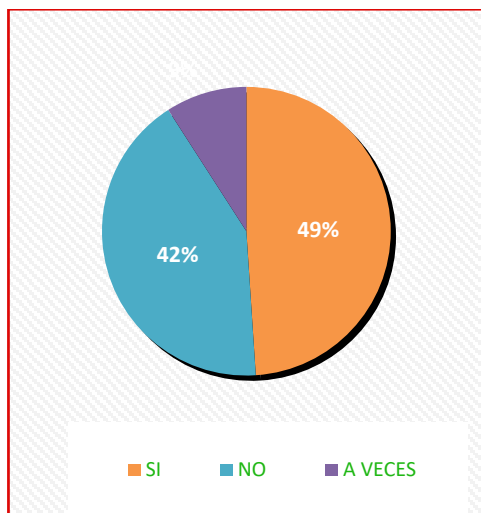


El teléfono móvil es el aparato, que como se observa en el gráfico, se puede usar para todo. Lo jóvenes para lo que más lo usa, siguiendo sus respuestas, es para la comunicación con amigos, compañeros y familiares, así como también para publicar fotos o comentarios.

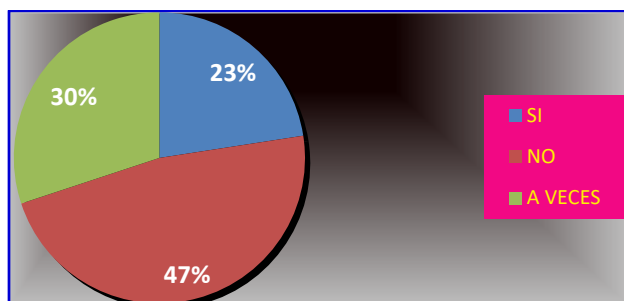


A la pregunta si muestran su fotografía en las redes sociales se observa como el mayor porcentaje responden que sí, nadie respondiendo que no y muy poco porcentaje que solamente en algunas redes sociales.

¿MUESTRAS EN LAS REDES SOCIALES DATOS PERSONALES (NOMBRE Y APELLIDOS, DIRECCIÓN, TELÉFONO MÓVIL, EDAD)?

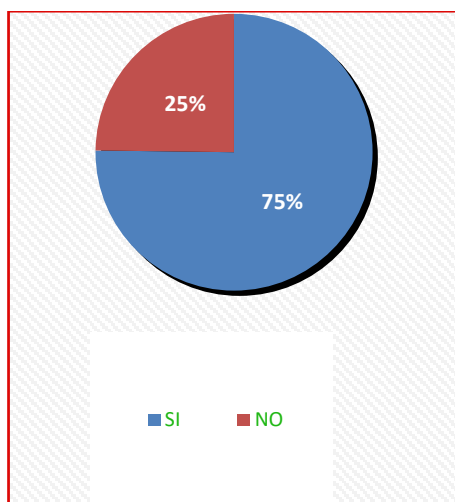


¿ACEPTAS PETICIONES DE GENTE DESCONOCIDAS?



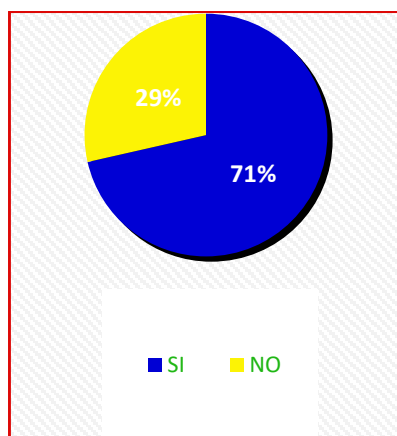
Como muestra el siguiente gráfico, la mayoría de los alumnos de la Universidad de Huelva de Educación Social no acepta peticiones en redes sociales de gente desconocidas, ya que un 47% de los estudiantes han contestado que no.

¿COGES EL MÓVIL CUANDO ESTÁS COMIENDO?



En el gráfico anterior se muestra como la mayoría de los estudiantes de Educación Social utilizan el móvil mientras comen, por lo que se puede ver como existe dependencia al dispositivo, ya que lo utilizan en actos comunes como comer.

¿COGES EL MÓVIL CUÁNDO ESTÁS EN CLASE?

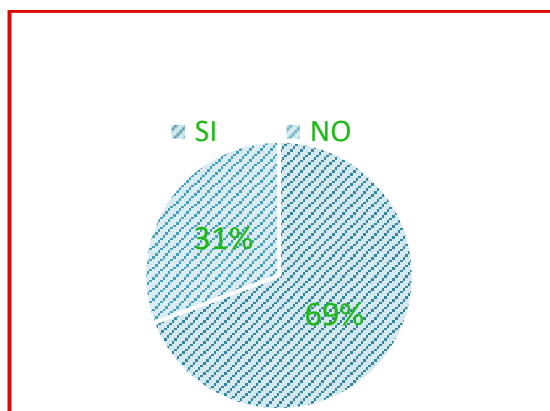


La utilización del dispositivo móvil en las aulas de las universidades cada vez es más frecuente, como se puede observar en el siguiente gráfico, en la

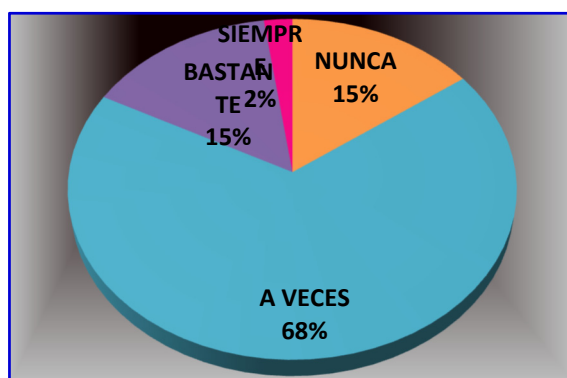
Universidad de Huelva, en los alumnos de Educación Social esto es un hecho que es bastante común, ya que según los resultados obtenidos la gran mayoría de los estudiantes declaran que hacen uso del dispositivo en el horario lectivo.

Después de los datos obtenidos en este gráfico, se observa como una de las acciones que se han incorporado en la vida de los estudiantes de Educación Social de la Universidad de Huelva es levantarse y ver el móvil nada más despertarse. Es una acción más que se ha incorporado en sus rutinas y que se ve como algo normal.

¿CUÁNDO TE LEVANTAS LO PRIMERO QUE COGES ES EL TELÉFONO MÓVIL?



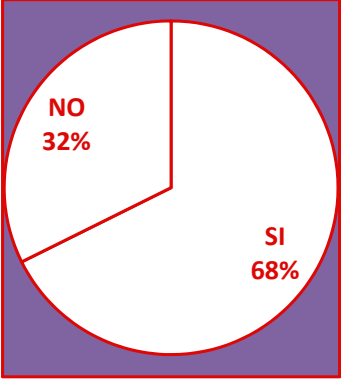
¿USAS EL MÓVIL PARA COMBATIR DISTINTOS ESTADOS DE ÁNIMO (IRA, RABIA, TRISTEZA)?



El teléfono móvil en las últimas décadas ha pasado de ser un mero instrumento de comunicación para convertirse en un elemento más de la vida de las personas. Como muestra este gráfico, los estudiantes utilizan a veces el

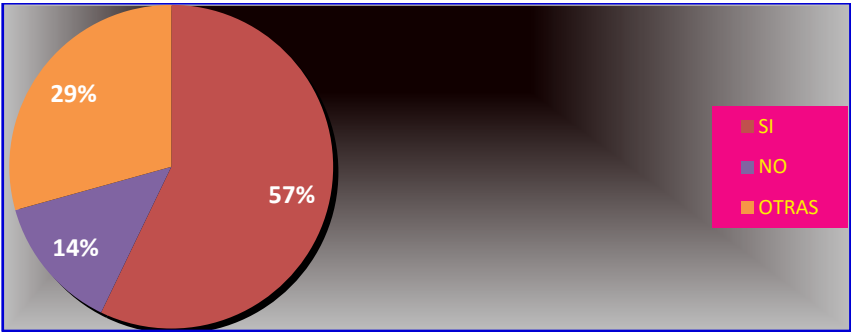
dispositivo para combatir los estados de ánimos que se les presenta en su día a día como una vía de escape ante la situación, ya que un 68% responden que a veces lo utilizan para ello.

¿USAS EL TELÉFONO MÓVIL COMO UN MODO DE ENTRETENIMIENTO?

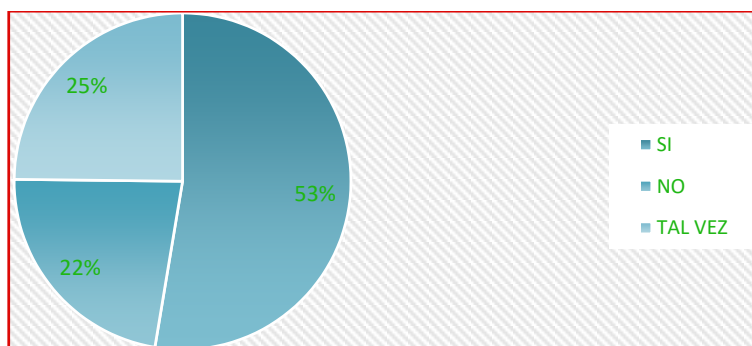


Los estudiantes no solo utilizan el teléfono móvil para combatir estados de ánimos sino que también como un medio para matar el tiempo durante el día, como se hace referencia en el gráfico ya que tan solo un 32% de las respuestas han sido negativas en esta cuestión.

EL TELÉFONO MÓVIL PARA USTED, ¿ES MÁS QUE UN SISTEMA DE INTERACCIÓN SOCIAL QUE UN SIMPLE APARATO?

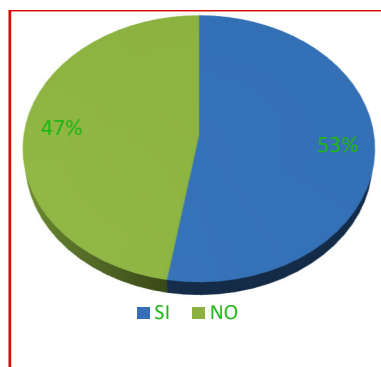


¿PUEDES PASAR UN DÍA SIN TELÉFONO MÓVIL?



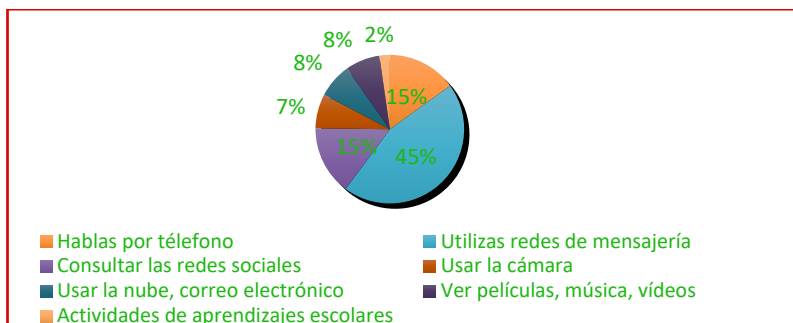
Cada vez es más frecuente el uso del teléfono móvil en toda la ciudadanía, sobre todo en los jóvenes de 18-33 años. Se ha convertido en las últimas décadas en algo indispensable en nuestras vidas y que no se contempla la idea de vivir ni un solo día sin este aparato. Como se observa, en los estudiantes de educación social de Huelva, esto es un hecho, no se plantean la posibilidad de pasar un día sin tener encima el dispositivo y esto es un síntoma claro de que existe una dependencia y que cada vez se hace mayor.

¿TE CREES UNA PERSONA DEPENDIENTE AL TELÉFONO MÓVIL?



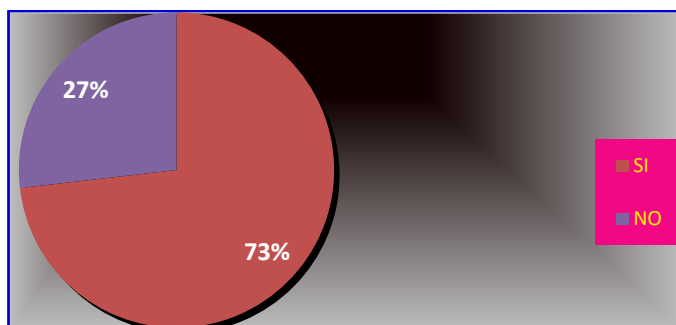
Los futuros educadores sociales de la Universidad de Huelva se consideran dependientes al teléfono móvil, aunque no se presenta una gran mayoría como se puede ver en el gráfico hay gran parte que es consciente de esta realidad, ya que un 53% responde afirmativo en la siguiente cuestión.

¿CUÁL ES EL USO QUE HACES HABITUALMENTE DEL DISPOSITIVO MÓVIL?



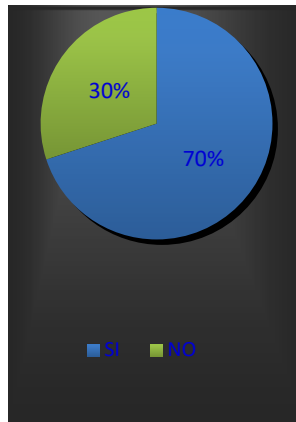
Según los datos obtenidos en cuestiones anteriores, la mayoría de los estudiantes de Educación Social de la Universidad de Huelva residen en esta ciudad durante el curso lectivo, pero no es su lugar de procedencia. Esto incide con esta cuestión, ya que, según las respuestas obtenidas, el uso del dispositivo del teléfono móvil está relacionado con la utilización de redes de mensajerías para mantener contacto con las personas más allegadas de las que se encuentran separados y también con aquellas que se encuentran cerca de ellos, se ha convertido en un instrumento de interacción social cotidiano y que se utiliza cada vez más con mayor frecuencia.

¿UTILIZAS HABITUALMENTE EL DISPOSITIVO MÓVIL PARA ACTIVIDADES DE APRENDIZAJES DERIVADOS DE TUS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS?



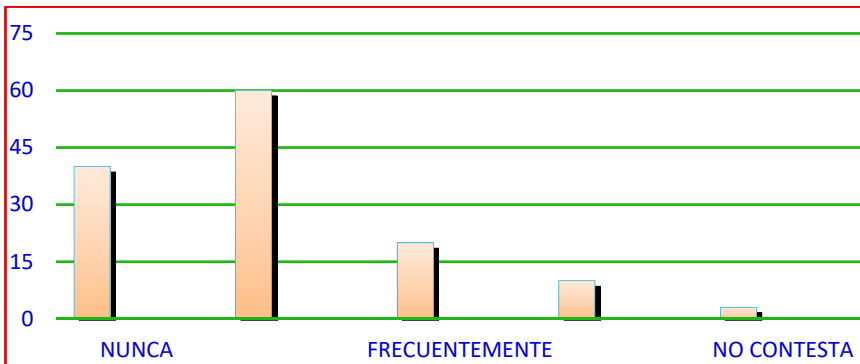
El dispositivo móvil es una herramienta útil que aporta beneficios a los estudiantes de la Universidad de Huelva y que emplean para el aprendizaje de contenidos relacionados con los estudios universitarios de Educación Social, como se muestra en el siguiente gráfico. Un 73% de los estudiantes han contestado que si lo utilizan por lo que se puede observar que es la mayoría de ellos.

¿UTILIZAS Y PARTICIPAS EN ALGUNA RED SOCIAL O GRUPO DE WHATSAAP DE CLASE?



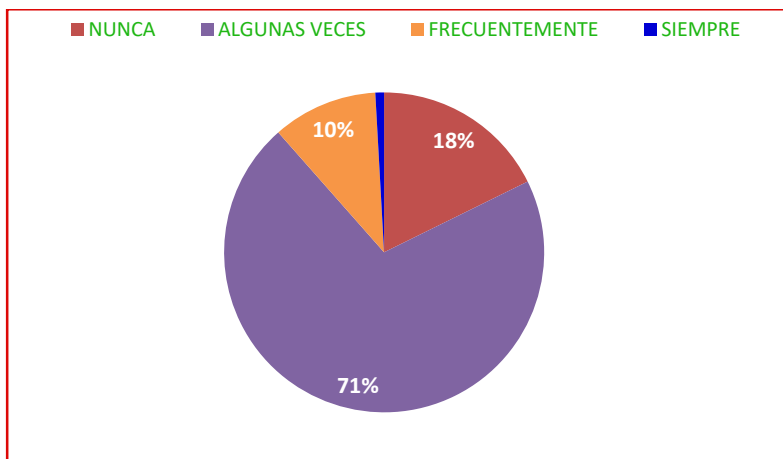
Durante el curso lectivo, la utilización de grupos de WhatsApp entre los estudiantes es frecuente en todas las carreras y en Educación Social según en siguiente gráfico muestra que es afirmativo este hecho, ya que se obtiene un 70% de la utilización de dichos grupos de clases para tratar temas relacionados con la universidad y también como un medio de interacción social entre todos.

¿UTILIZAS EL TELÉFONO MÓVIL EN CLASES PARA AMPLIAR CONOCIMIENTOS?



Aunque no se aprecia una mayoría, se puede observar como los alumnos de Educación Social de la Universidad de Huelva utilizan el teléfono móvil para ampliar sus conocimientos durante el horario lectivo, puede ser una ventaja, pero no deja de existir una dependencia al teléfono móvil ya que esos conocimientos deberían ser adquiridos del profesional que está impartiendo las clases y en todo caso en la utilización de ordenadores.

¿UTILIZAS EL TELÉFONO MÓVIL EN CLASES PARA AVERIGUAR TEMAS EN EL AULA?



SEÑALA UNA IMPLICACIÓN NEGATIVA Y OTRA POSITIVA DE USAR EL MÓVIL EN LAS AULAS:

| |
|---|
| No echamos cuenta |
| No atiendes totalmente a la explicación y la positiva que puedes buscar lo que no entiendas |
| Que te pierdes explicaciones |
| Perdida de la atención, posibilidad de realizar una presentación dinámica |
| Dependencia y conexión |
| Positiva que así llego a la información antes que si uso el internet del centro. Y negativa que fomenta una dependencia que no me es para nada atractiva. |
| Negativa. No estar atentos a lo que se habla y se explica en clase. Positiva. Puede ampliar los conocimientos sobre temas que se estén debatiendo |
| Positiva: Te permite a través de tu tarifa móvil en los momentos que no funciona el wifi, que son bastantes. Negativo: Te hacer perder mucho la atención en clase |
| Búsqueda de continua información positiva y en negativo la distracción que nos provoca |
| Positiva: mejora el aprendizaje. Negativa: causa mayores distracciones |
| Negativa: distracción, Positiva: buscar información |
| negativa: desconcentración/ positiva: aprendizaje |
| Pasapalabra |

| |
|--|
| Relaciones sociales, adicción al móvil |
| Puedes solucionar dudas y buscar informaciones para indagar en algunos temas y negativa en que lo utilizamos para evadirnos de las clases cuando nos aburrimos |
| Negativa: Pierdes la atención de la clase. Positiva: Puedes buscar información |
| Negativa: te distrae de las explicaciones. Positiva: nos puede servir de consulta |
| Negativa: reduce la atención. Positiva: Si es usado para ampliar información sobre determinados temas, el debate puede ser más enriquecedor. |
| Positiva: te ayuda a buscar de manera rápida si no sabes algo. Negativa: que no te enteras de la mitad de la clase je je. 😊 |
| Negativa: la distracción que supone. Positiva: buscar algún concepto explicado que no nos haya quedado claro. |
| Distracciones |
| Positiva: resolver dudas/ Negativa: distracción |
| Distraerse. Ampliar conocimientos |
| Negativa: falta de atención. Positiva: te puede ayudar a resolver alguna duda |

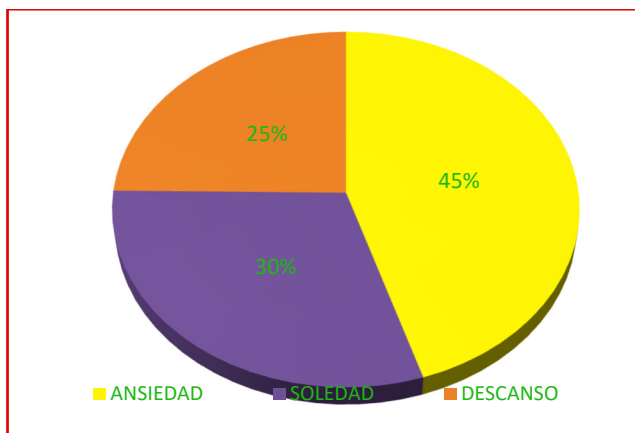
Tras las respuestas obtenidas, la tabla anterior es una recopilación de las más destacadas, en dicha cuestión cabe destacar que la mayoría de los alumnos coinciden en síntomas negativos como la desconcentración, dependencia, no prestar atención a las clases, distracción entre otros, ya que la excesiva utilización del dispositivo trae consigo que aumente la dependencia en los estudiantes, pero también acarrea un bajo rendimiento académico. En relación a los aspectos positivos, destacan que es un medio para buscar información, ampliar conocimientos, utilización de las redes sociales, mejora del aprendizaje, continua formación, utilización para realizar presentaciones o exposiciones, por lo que hay una idea general de que no todos los beneficios que aporta el teléfono móvil son negativos.

¿HAS TENIDO CON ALGÚN PROFESOR ALGUNA PRÁCTICA QUE TE HAYA GUSTADO REALIZADA CON EL MÓVIL? ¿EN QUE CONSISTÍA Y QUÉ TE PARECIÓ?

| |
|--|
| No (9) |
| Ninguna |
| No |
| No la recuerdo |
| Sí, pruebas con kahoot. Más que por parte de profesor, por parte de trabajos de mis compañeros. |
| si, un juego de preguntas online |
| No |
| No nunca |
| Un juego de preguntas en el que participaba toda la clase y competíamos entre nosotros por él incentivo de una chocolatina como regalo al grupo que ganase. La experiencia fue buena porque practicábamos para los exámenes de forma dinámica. |
| No |
| Si, contestar preguntas divertida |
| Buscar definiciones a través del móvil. No me pareció nada del otro mundo. Usar el móvil como herramienta para mí, no es relevante ni es algo que me motive o entusiasme. |

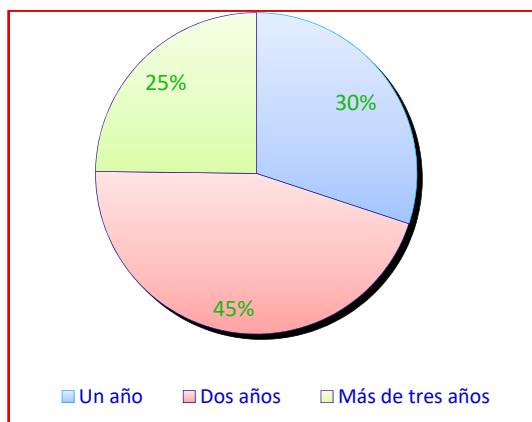
Tras destacar las respuestas más relevantes de los cuestionarios realizados, se puede observar en la tabla anterior que los estudiantes de Educación Social de la Universidad de Huelva coinciden en que la mayoría de ellos no han conocido ningún profesor que utilice alguna actividad con el móvil durante el horario lectivo o para realizar alguna práctica, pero si destacan que han utilizado el dispositivo en una iniciativa de los alumnos en un juego de preguntas.

SI PRESCINDO DEL TELÉFONO MÓVIL ME CAUSA...

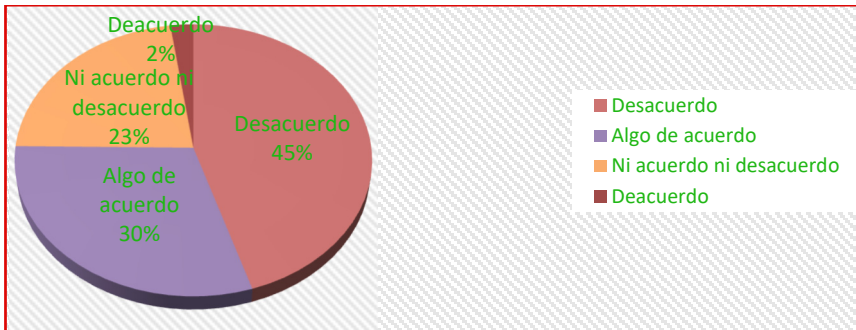


Según las respuestas obtenidas en esta cuestión se pueden ver como la dependencia al móvil en los estudiantes de Educación Social de Huelva de edades entre 18-33 años, sienten ansiedad cuando no tienen el teléfono móvil por lo que se muestra una vez más que la dependencia al móvil está presente y que trae consigo consecuencias negativas para los estudiantes.

¿CON QUÉ PERIODICIDAD RENUEVAS TU TELÉFONO MÓVIL?



HE USADO EL MÓVIL EN SITUACIONES EN LAS QUE ERA PELIGROSO SU USO:



A pesar de ver que es mucha de las cuestiones planteadas muestran una clara evidencia de dependencia al móvil en los estudiantes universitarios de la universidad de Huelva, en este caso, se muestra algo positivo, ya que se puede observar como una gran parte de los estudiantes no utilizan el teléfono móvil en situaciones de peligro, con un 46%.

4. Discusión y conclusiones

Tras haber analizado los resultados obtenidos con los cuestionarios realizados, sorprenden las afirmaciones de algunos alumnos/as. Entre ellas, se puede destacar la pregunta con la frecuencia que se usa el teléfono móvil contestando la mayoría que todo el día. Aunque es un medio de comunicación, darle demasiado uso puede conllevar a una adicción, reforzando esta afirmación en la respuesta si se creen dependientes al teléfono móvil contestando más de la mitad de las personas que sí, por ello es algo preocupante. Por otro lado, entre las consecuencias que puede causar no disponer del teléfono móvil se destaca la respuesta obtenida ya que dicen tener ansiedad.

Para concluir, hemos de decir que las hipótesis han sido confirmadas ya que las mujeres son las que más dependencia al teléfono móvil tiene, siendo un 84% las que han respondido. Por otro lado, los estudiantes de 19-24 años son los que tienen más dependencia al teléfono móvil.

Referencias bibliográficas

- Area, M. (2002). Sociedad de la información, tecnologías digitales y educación. Web docente de Tecnología Educativa. Universidad de la Laguna. Recuperado de: <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/tema1.pdf>
- Blázquez, F. (2001). Sociedad de la información y educación. Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología de la Junta de Extremadura, Badajoz. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/alebelaeff/sociedaddelainformacinyeducacin>
- Buchinger, S. (2011). A survey on user studies and technical aspects of mobile multimedia applications. Entertainment Computing.
- Carbonell, X., Guardiola, E., Beranuy, M., y Bellés, A. (2009). A bibliometric analysis of the scientific literatura on Internet, video games, and cell pone addiction. Journal of the Medical Library Association.
- Castells, M. (2000). La era de la información. Vol.1. La sociedad red. Madrid, Alianza Editorial. 2ª Edición.
- García, V & Fabila, A. (2014). Nomofilia vs. Nomofobia. Irrupción del teléfono móvil en las dimensiones de vida de los jóvenes. Un tema pendiente para los estudios en comunicación. Razón y palabra. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N86/V86/26_GarciaFabila_V86.pdf
- Guiddens, A. (2000). Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización em nuestras vidas. Madrid, Taurus. Recuperado de: <http://www.fessociologia.com/files/res/1/13.pdf>
- Trejo Delargarbe, R. (2001). Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital. Recuperado de: revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, nº1, Diciembre.
- UNESCO, (2001). Informe sobre desarrollo humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano. Recuperado de: <http://www.undp.org/hdr2001/spanish/>

8. Anexos

DEPENDENCIA AL TELÉFONO MÓVIL DE LOS ESTUDIANTES
DE EDUCACIÓN SOCIAL DE LA UHU

Dra. María Cinta Aguaded

D^a Jennifer García Fernández

D^a Lorena García Campanario

D^a Mercedes Carvajal Galván

CUESTIONARIO

Querido estudiante/a:

A continuación, vamos a presentarte un cuestionario para saber tu opinión sobre la dependencia al teléfono móvil en estudiantes de la Universidad de Huelva. Dado el anonimato de las respuestas esperamos tu colaboración más sincera. Muchas gracias.

1. DATOS DE INVESTIGACIÓN.

1.1. Sexo (rodea con un círculo)

1. Hombre
2. Mujer

1.2. Edad.

1. 19-24.
2. 25-30.

1.3. Titulación (rodea con un círculo)

1. Primer curso de Educación Social.
2. Segundo curso de Educación Social.
3. Tercer curso de Educación Social.
4. Cuarto curso de Educación Social.

1.4 ¿Cómo ha accedido a la universidad?

1. Ciclo Formativo de Grado Superior
2. Bachillerato

1.5. ¿Resides en la ciudad dónde estudias?

1. Sí.
2. No.

1.6. ¿Cuál es el lugar de procedencia?

2. CONTENIDO.

2.1. ¿Dispones de teléfono móvil y de internet?

1. Sí.
2. No.

2.2. ¿Con qué frecuencia usas el Internet del teléfono móvil? (rodea con un círculo)

1. Nada.
2. Poco.

3. Bastante.

4. Mucho.

2.3. ¿Tienes instalado en tu teléfono móvil redes sociales tales como WhatsApp, Instagram, Facebook, Twiter?

1. Sí.

2. No.

2.5. ¿Con qué frecuencia usas el WhatsApp? (rodea con un círculo)

1. Poco.

2. Bastante.

3. Mucho.

4. Todo el día.

2.5. ¿Con qué frecuencia usas Instagram? (rodea con un círculo)

1. Poco.

2. Bastante.

3. Mucho.

4. Todo el día.

2.6. ¿Con qué frecuencia usas Facebook? (rodea con un círculo)

1. Poco.

2. Bastante.

3. Mucho.

4. Todo el día.

2.7. ¿Con qué frecuencia usas Twiter? (rodea con un círculo)

1. Poco.

2. Bastante.

3. Mucho.

4. Todo el día.

2.8. ¿Cuántas horas estás con el teléfono móvil un día de la semana? (rodea con un círculo)

1. De 1 a 3 horas diarias.

2. De 4 a 6 horas diarias.

3. De 7 a 10 horas diarias.

4. De 10 a 13 horas diarias.

5. Más de 14 horas diarias.

2.9. En tus relaciones sociales mediante el teléfono móvil...(señala con una cruz)

Nunca /A veces/ Cada semana/ Varias veces/día

| | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Hablo con familiares o amigos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para conocer gente nueva | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Busco información | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| He publicado fotos o comentarios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Juego a videojuegos en línea | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Me comunico con mis compañeros | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2.10. En tu perfil de las redes sociales, ¿muestras una foto personal? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.
3. En algunas redes sociales.

2.11. ¿Muestras en las redes sociales datos personales (nombre y apellidos, dirección, teléfono móvil, edad)? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.
3. En algunas redes sociales.

2.12. ¿Aceptas peticiones de gente desconocidas? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.
3. A veces.

2.13. ¿Coges el móvil cuándo estás comiendo? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.14. ¿Coges el móvil cuándo estás en clases? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.15. ¿Cuándo te levantas lo primero que coges es el teléfono móvil? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.16. ¿Usas el móvil para combatir distintos estados de ánimos (ira, rabia, tristeza)? (rodea con un círculo)

1. Nunca.
2. A veces.
3. Bastante.
4. Siempre.

2.17. ¿Usas el teléfono móvil como un modo de entretenimiento? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.18. El teléfono móvil para usted, ¿es más un sistema de interacción social que un simple aparato? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.
3. Otras.

2.19. ¿Puedes pasar un día sin teléfono móvil? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.20. ¿Te crees una persona dependiente del teléfono móvil? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.21. ¿Cuál es el uso que haces habitualmente del dispositivo móvil? (rodea con un círculo)

1. Hablas por teléfono.
2. Utilizar las redes de mensajería (Whatsapp. Telegram...)
3. Consultar las redes sociales.
3. Usar la cámara.
4. Usar la nube, correos electrónicos, etc.
5. Mirar vídeos, películas, música, etc.
6. Actividades de aprendizajes escolares.

2.22. ¿Utilizas habitualmente algún dispositivo móvil para actividades de aprendizajes derivadas de tus estudios universitarios? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

2.23. ¿Utilizas y participas en alguna Red social o grupo de Whatsapp de clase? (rodea con un círculo)

1. Sí.
2. No.

Si es que sí, ¿qué redes sociales son y para qué las utilizáis?

2.24. ¿Utilizas el teléfono móvil en clases para ampliar conocimientos? (rodea con un círculo)

1. Nunca.
2. Algunas veces.
3. Frecuentemente.
4. Siempre.
5. No sabe, no contesta.

2.25. ¿Utilizas el teléfono móvil en clases para averiguar temas debatidos en el aula? (rodea con un círculo)

1. Nunca.
2. Algunas veces.
3. Frecuentemente.
4. Siempre.

2.26. Señala una implicación negativa y otra positiva de usar el móvil en las aulas:

2.27. ¿Has tenido con algún profesor alguna práctica que te haya gustado realizada con el móvil? ¿En qué consistía y qué te pareció?

2.28. Si prescindir del teléfono móvil me causa...

1. Ansiedad
2. Soledad
3. Descanso

2.29. ¿Con qué periodicidad renuevas tu teléfono móvil?

1. Un año
2. Dos años
3. Más de tres años

2.30. He usado el móvil en situaciones en las que era peligroso su uso:

1. Completamente en desacuerdo
2. Algo en desacuerdo
3. Ni acuerdo ni desacuerdo
4. Algo de acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

*Este libro se terminó de elaborar en diciembre de 2018
en la ciudad de Sevilla, bajo los cuidados de
Francisco Anaya, director de Ediciones Egregius.*

