

Universidad Andina Simón Bolívar
Sede Ecuador
Área de Comunicación

Programa de Maestría en Comunicación

El rol de la comunicación móvil en la construcción de las relaciones personales entre los adolescentes: estudio de los colegios Manuela Cañizares y Marista de Quito

Ana Paola Martínez Salazar

2015



CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Ana Paola Martínez Salazar, autora de la tesis intitulada “El rol de la comunicación móvil en la construcción de las relaciones personales entre los adolescentes de los colegios Manuela Cañizares y Marista de Quito”, dejo constancia, mediante el presente documento, de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magíster en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: __ de mayo de 2015

Firma:

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

SEDE ECUADOR

Área de Comunicación

Programa de Maestría en Comunicación

**El rol de la comunicación móvil en la construcción de las relaciones personales
entre los adolescentes: estudio de los colegios Manuela Cañizares y Marista de
Quito**

Ana Paola Martínez Salazar

Tutor: Iván Rodrigo Mendizábal, c.Ph.D.

Quito

2015

RESUMEN

La presente tesis aborda el consumo cultural del celular y la construcción de identidad entre adolescentes de la Zona Centro Norte de Quito, estableciendo un estudio de caso en los colegios Manuela Cañizares y Marista, ubicados en la zona. El contenido de este trabajo determina las formas de comunicación e interacción entre los adolescentes a través del uso del celular, como una idea clara de cómo se dan los procesos de interacción entre ellos, como se ven, se consideran y reflejan a través de esta herramienta.

La inserción de esta nueva tecnología cambia la manera de vincularse socialmente, más aún entre adolescentes, quienes utilizan esta herramienta para construir sentidos y replantear identidades, modifica el lenguaje, basado en una escritura incompleta, con la humanización de la misma a través de la introducción de íconos que reemplazan palabras o aclaran estados de ánimo, y reducen la capacidad de autoafirmación identitaria al cambio de móvil o adornándolo con cosas propias de su personalidad y gustos, cosas que reflejen su “yo”, ahondando de esta forma la crisis de valores que ha dado como resultado que se dé un valor extra a las posesiones en lugar de a quién eres.

A mi hija, que ha inspirado mis deseos de superación y ha sido fuente de energía para seguir creciendo, para que tome ejemplo de perseverancia y logre una educación íntegra.

A mis padres Oswaldo y Anita, por su apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida.

ÍNDICE

ÍNDICE	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	15
COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	15
1.1 Comunicación Móvil	15
1.2.1 Género	21
1.2.2 Edad	23
1.2.3 Instrucción	23
1.2.4 Clase Social	23
1.3 Penetración del celular	24
1.4 Utilidades del Celular	25
1.5 Estrategias de utilización del Celular	27
1.6 Redes sociales virtuales	28
CAPÍTULO II	33
ADOLESCENTES E IDENTIDAD VIRTUAL	33
2.1 Conceptualización de adolescencia	33
2.2 Conceptualización de Identidad	38
2.3 Adolescentes y Tecnología	47
CAPÍTULO III	51

CONTEXTOS EDUCATIVOS ANALIZADOS	51
3.1 Colegio Manuela Cañizares	51
3.1.1 Antecedentes:	51
3.1.2 Historia	52
3.1.3 Misión	54
3.1.4 Visión	54
3.1.5 Objetivos	54
3.1.6 Número de estudiantes	55
3.2 Colegio Marista Borja 3 – Cavanis	55
3.2.1 Antecedentes	55
3.2.2 Misión	56
3.2.3 Visión	56
3.2.4 Valores	56
3.2.5 Perfil del Estudiante	57
3.2.6 Número de estudiantes	57
3.3 Población estudiantil en Ecuador	57
3.3.1 Tasa bruta de matrícula por nivel Educativo	57
3.3.2 Tasa neta de matrícula por nivel Educativo	58
3.3.3 Tasa de abandono	59
CAPÍTULO IV	60
JÓVENES Y CELULAR	60
4.1 Estadísticas sobre telefonía móvil en Ecuador	60

4.2 Otras Estadísticas	61
4.3 Enfoque de la Investigación	61
4.3.1 Nivel de Confianza y Margen de error	61
4.3.2 Metodología	61
4.4 Recopilación de información	64
4.4.1 Encuesta	64
4.4.2 Grupo Focal	75
4.5 Información obtenida	75
4.6 Discusión de los resultados	75
4.6.1 Edad de apropiación del móvil	75
4.6.2 Tiempo de usos del móvil	75
4.6.3 Usos del teléfono celular	81
4.6.4 Prácticas del teléfono celular	81
4.6.5 Consumo Cultural	83
4.6.6 Construcción de identidad	85
CONCLUSIONES	90
BIBLIOGRAFÍA	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tasa bruta de matrícula 2011-2012	58
Tabla 2: Tasa neta de matrícula 2011-2012	59
Tabla 3: Tasa de abandono por nivel 2011-2012	59
Tabla 4: Indicadores de investigación	63
Tabla 5: Edad de posesión de primer teléfono móvil	64
Tabla 6: Tiempo uso de teléfono móvil.....	65
Tabla 7: Usos que se da al teléfono celular	66
Tabla 8: Periodicidad con la que se apaga el celular.....	67
Tabla 9: Motivos para apagar el celular	67
Tabla 10: Porcentaje de búsqueda de mensajes y otras formas de conexión	68
Tabla 11: Actividades relacionadas con el móvil en los recreos.....	68
Tabla 12: Es mayor el tiempo que dedica al uso del celular que a la convivencia familiar .	69
Tabla 13: Celular más popular entre los estudiantes	69
Tabla 14: Expresa lo que no se atreve cara a cara a través del móvil	69
Tabla 15: El teléfono móvil le facilita socializar con personas de su edad.....	70
Tabla 16: Chatear es más interesante que conversar con amigos.....	71
Tabla 17: Cuando olvida el celular regresa a llevarlo	71
Tabla 18: Sentimientos cuando olvida el móvil	71
Tabla 19: El celular es parte de su imagen personal.....	72
Tabla 20: Sentimientos que genera no participar en un chat con amigos.....	73

Tabla 21: Teléfono celular afecta a su privacidad.....	73
Tabla 22: Sentimientos que genera recibir llamadas de sus padres.....	73
Tabla 23: Declararse o que se declaren románticamente mediante el celular es una práctica común	74
Tabla 24: Pasar una semana o más tiempo sin teléfono celular es una opción	74

INTRODUCCIÓN

Uno de los dispositivos más utilizados por las personas en la actualidad es el teléfono móvil, herramienta de comunicación que no distingue clases sociales, niveles culturales, género, edad; y que permite una comunicación ágil e inmediata que ha proliferado, especialmente entre los adolescentes, grupo que ha accedido a éste y lo utiliza de manera expedita.

Cuando un adolescente se sumerge en el mundo del celular, se ensimisma, se aparta del mundo físico en el que vive y se encuentra con muchos otros adolescentes que comparten sus gustos e intereses. Estos muchachos y muchachas manejan los mismos códigos de escritura, expresión o identidad, y se interrelacionan a través del mundo virtual.

El móvil es utilizado no solo para llamar, que se supone es su función principal, sino para enviar mensajes, bajarse imágenes, videos, tomar fotografías, realizar grabaciones, escuchar música, etc., lo que lo convierte en una herramienta de conexión / conectividad que permite dar respuesta inmediata a las exigencias de comunicación de los adolescentes y pertenecer a una comunidad virtual con la que se identifican y en la que se proyectan.

Ante esta situación en la que se ven implicados los menores como usuarios frecuentes de la telefonía móvil, se planteó la realización de una investigación para establecer el rol de la comunicación móvil en la construcción de las relaciones personales e identidad de los adolescentes, con el fin de determinar los patrones sociales y culturales de uso, los códigos que conectan a los adolescentes, las manera se dan estas formas de comunicación mediadas a través del celular, las implicaciones que lo hacen tan atractivo para ellos y si existe relación entre el uso del celular y la construcción de su identidad.

La pregunta de investigación que responde este trabajo es: ¿es el uso del celular que realizan los adolescentes de los colegios Manuela Cañizares y Marista, entre los 16 a 18 años, el recurso con el que ellos establecen formas de comunicación e interacción más intensivas, las cuales permiten la construcción de relaciones personales y de

identidad? En este contexto los objetivos fueron: a) identificar los procesos socioculturales de accesibilidad, apropiación y uso (utilidad) que los adolescentes dan al celular; b) explorar las formas de comunicación e interacción entre los adolescentes a través del uso del celular; y, c) determinar cómo el celular constituye una herramienta de construcción de relaciones personales e identidad entre un sector de adolescentes quiteños.

La importancia de esta investigación radica en el conocimiento de nuevos detalles sobre el uso e influencia de la telefonía móvil en la vida de los menores, para determinar cómo estos usos del celular afectan en la construcción de la identidad de los adolescentes y así conocer más sobre este grupo, sobre la manera de concebir al otro y relacionarse entre sí.

Para realizar este trabajo se aplicó el método de observación directa, es decir, se observó y analizó a estudiantes de dos colegios de la capital, un fiscal, el “Manuela Cañizares” y un particular, el “Marista”, en el periodo de marzo a abril de 2014, con el afán de determinar cómo se relacionan los adolescentes de Quito a través del celular, si existen diferenciaciones entre la apropiación, los usos sociales y culturales del móvil y su incidencia en la identidad en los adolescentes.

El análisis se enfocó en conocer como los adolescentes se comunican mediante el celular, que otros usos le dan y en qué medida este aparato constituye un dispositivo de construcción de identidad entre ellos, cuando pasa de ser un medio de comunicación a una herramienta de conexión, para lo que se aplicó una encuesta a exploratoria.

También se utilizó la técnica de los grupos focales, con lo que se logró conocer sus consideraciones y percepciones personales sobre el tema, en forma cercana el tratamiento que ellos consideran se da al celular en su cotidianidad, y sus reacciones en grupo sobre el mismo.

Las fuentes primarias de información fueron libros en los cuales se incorpora un concepto sobre cultura juvenil, identidad colectiva, comunicación móvil, lenguaje, sociedad, tecnología, realidad virtual, comunicación electrónica, Internet, usos sociales, consumo cultural, construcción de relaciones personales e identidad, como por ejemplo: *Robinson Crusoe ya tiene celular* de Rosalía Winocur (2009), *Comunicación Móvil y*

Sociedad de Manuel Castells (2007), *Las Realidades Virtuales* de Claude Cadoz (1995), *El Eros Electrónico* de Roman Gubern (2000), *¿Qué es lo virtual?* de Pierre Lévy (1999), *Emergencias de las Culturas Juveniles* de Rossana Reguillo (2000), *Multitudes Inteligentes* de Howard Rheingold (2004), etc.

Las fuentes secundarias fueron artículos académicos de Internet y ponencias virtuales, sobre consumismo, uso del celular y estadísticas; escritos en revistas, artículos de periódicos, etc.

El enfoque para esta investigación fue mixto (se utilizaron técnicas cuantitativas y cualitativas), en base a los siguientes indicadores:

- Usos sociales: a) Apropiación: posesión, tiempo de uso, horas de uso, razones de uso, objetivos de uso, manejo de esta tecnología, tipo de celular preferido. b) Usos: maneras de uso, prácticas del celular, opciones de llamar y enviar mensajes.
- Consumo Cultural: quien y que tipo de celular consumen, que producción de sentidos se dan.
- Construcción de identidad: maneras de expresión a través del celular, sentimientos sobre si y sobre el grupo, ubicación de si en el conjunto y en el contexto, relaciones con el otro.
- Adolescentes: a) Edad b) Actitudes: comportamiento

Este trabajo está organizado de la siguiente manera:

El capítulo I, planteó un enfoque de aproximación a esta investigación, conceptualizando la comunicación móvil y contextualizando la misma en la realidad de la ciudad capital.

El capítulo II defino el término adolescencia y sus características, ubicando contextualmente a los adolescentes en la temática y en el espacio físico.

El capítulo III realizó una descripción de las dos instituciones muestra, para establecer una diferenciación entre ellas y conocer en contexto cada uno de los lugares donde se encuentran los adolescentes a investigar.

El capítulo IV, realizó el análisis de datos, analizó las conclusiones y recomendaciones sobre la pregunta de investigación motivo de este estudio.

Al ser una valoración de procesos, esta tesis es de carácter Explicativo puesto que es una proyección de las identidades de los adolescentes mediante el uso del celular y como ésta se traduce en la construcción de identidades y grupos sociales entre ellos.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1.1 Comunicación Móvil

Para hablar de comunicación móvil, es imprescindible relacionar la misma con la aparición y uso de los aparatos tecnológicos y como esta nueva relación afecta a la vida cotidiana de las personas que la utilizan.

Cada vez que surge un aparato tecnológico trae consigo maneras de uso que ingresan a un contexto social determinado, estableciendo nuevas percepciones y modificando las formas de comunicación previamente utilizadas.

El surgimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTIC) produce, en este marco, cambios insospechados respecto a los originados en su momento por otras tecnologías como fueron la imprenta, el teléfono y la radio y la televisión: “sus efectos y alcance no solo se sitúan en el terreno de la información y la comunicación sino que llegan a provocar y proponer cambios en la estructura social, económica, laboral, jurídica y política.”¹

En este contexto, es imprescindible hacer mención de la importante relación existente entre comunicación, tecnología y sociedad mediante la transformación inalámbrica de las redes que conforman nuestras vidas. Digamos, en este sentido, que:

(...) las redes de comunicación inalámbrica se están difundiendo por todo el mundo a una velocidad jamás registrada hasta la fecha por cualquier otra tecnología de la comunicación. Y, al ser la comunicación un elemento primordial de la actividad humana, en todas las esferas de la vida, el advenimiento de esta tecnología – que permite una comunicación multimodal desde cualquier punto a otro donde existe la infraestructura necesaria- conlleva una serie de interrogantes.²

Vemos a niños, jóvenes y adultos sumidos en una cotidianidad cubierta por las redes tecnológicas de comunicación como el teléfono convencional, el móvil, Internet, las que se constituyen en herramientas indispensables en la educación, el trabajo y el

¹ Julio Cabero, “Nuevas Tecnologías, Comunicación y Educación”, en *Edutec: Revista Electrónica de Tecnología Educativa* No1, Universidad de Sevilla, Febrero 1996, <<http://www.uib.es/depart/gte/revelec1.html>> Visitada el 22 de abril del 2010.

² Manuel Castells, *Comunicación Móvil y Sociedad*, Barcelona: Ariel, 2007, Pág. 11.

desarrollo personal en la actualidad. Los niños y adolescentes, manejan las NTIC de manera natural y los adultos se han adaptado a ellas dentro de sus ámbitos laborales e incluso personales para estar inmersos dentro de este nuevo mundo en el que las NTIC son las herramientas básicas para estar presentes, para estar conectados. Es claro pensar, entonces, que “el desarrollo de los medios de comunicación crea nuevas formas de acción e interacción y nuevos tipos de relaciones sociales”.³

Por ejemplo, y para nuestro caso, el teléfono móvil, es una tecnología de gran penetración y uso; su manejo implica llamadas, mensajes, uso de Internet, imágenes, música, etc. Pero, ¿qué sucede con las concepciones del mundo, el tiempo, el espacio, la cultura, los modelos de comportamiento, etc.?

Desde ya el surgimiento de las NTIC ha cambiado el paisaje humano y social, tanto de las relaciones interculturales, locales y nacionales, como el modo de construir y ver la realidad social. Lo digital ha empezado a afectar dinámicas, usos y costumbres anteriores, especialmente en relación con nuestros modos de comunicar; éstos se encuentran ahora más que nunca supeditados a los avances tecnológicos, afectando rasgos culturales y prácticas sociales de una manera nunca antes vista. Esta extensión de lo digital ha hecho que las nuevas generaciones la asuman con espontaneidad y naturalidad.

Estas nuevas formas de comunicación replantean además la dinámica del vínculo social, “hoy interaccionamos con los medios de comunicación o a través de ellos con la sociedad y nuestros semejantes, pero también construimos o imaginamos con éstos nuestra realidad”⁴.

Lévy, al respecto, conceptualiza el término ciberculturas refiriéndose como el conjunto de sistemas culturales surgidos en conjunción con las tecnologías digitales.⁵ En este contexto, mediante este término se “designa la cultura propia de las sociedades en las que las tecnologías digitales configuran decisivamente las formas dominantes tanto

³ John Thompson, *Los media y la Modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós, 1998, Pág. 35.

⁴ Iván Rodrigo, *Cartografías de la Comunicación*, Quito: Abya – Yala, 2002, Pág. 17

⁵ Pierre Levy, *Cibercultura: La Cultura de la Sociedad digital*, México: Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, 2007, Pág. VII

de información, comunicación y conocimiento como de investigación, producción, organización y administración”.⁶

Para Lévy, la cultura humana va en dirección hacia lo virtual y por eso deberíamos asumir tres retos: el de abordar un concepto adecuado de virtualización, el de establecer una relación objetiva entre los procesos de hominización y la virtualización, y el de comprender desde un punto de vista sociopolítico, la mutación contemporánea que implica la extensión de lo virtual de modo que podamos ser actores de ella.

Medina, en el prólogo del libro de Lévy, explica que la cibercultura se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio, el que viene dado por las infraestructuras materiales de las redes de ordenadores y demás artefactos electrónicos, las correspondientes TIC y las informaciones y comunicaciones digitales contenidas y mediadas por dichos dispositivos.

Parecería que la comunicación móvil aumenta la autonomía de los individuos al permitirles establecer sus propias conexiones y dejar de lado los medios y canales de comunicación controlados por instituciones y organizaciones. De acuerdo a ello:

La historia de la tecnología, nos enseña que la gente y las organizaciones acaban utilizando la misma para propósitos muy diferentes a aquellos que inicialmente intentaron conseguir o concibieron los diseñadores de la tecnología en cuestión. Además, cuanto más interactiva sea una tecnología, tanto más probable será que los usuarios se conviertan en productores de tecnología mientras la utilizan.⁷

Castells cita a Kauffman y Techatassanassontorn⁸ al escribir sobre el efecto de contagio regional, que significa que el crecimiento en el número de suscriptores de una red inalámbrica podría ser alto, medio o bajo, dependiendo del nivel de interacción del país en cuestión con el resto de países y que esa fisura también se da entre las regiones desarrolladas y las que se encuentran en vías de desarrollo.

⁶ Manuel Medina, “Prólogo”, En Pierre Lévy, *Cibercultura, La Cultura de la Sociedad digital*, México: Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, 2007, Pág. VII.

⁷Castells, *Comunicación Móvil y Sociedad*. 13.

⁸ Kauffman, R.J. y Techatassabassontorn, A. citado por Manuel Castells “¿Is there a global digital divide for digital wireless phone technologies?” Informe presentado en el 2004 en el Simposio de Investigación sobre división digital en la Escuela de Administración Carlson de la Universidad de Minnessota, <http://issuu.com/gabrielcortescgutierrez/docs/castells_manuel_-_comunicacion_movil_y_sociedad_> Visitada el 22 de abril 2010

El móvil posee un carácter siempre personal (es “mío”), es decir adquiere un carácter emotivo, pues nos atañe solo a nosotros y se utiliza para conversaciones más privadas que las que estaríamos disgustos a tener a través del teléfono fijo o del e-mail.

En nuestro país, los largos procesos para la instalación de líneas fijas, hacen de la adquisición de celulares una solución práctica para contar con un servicio telefónico, que sumado al contagio regional o global antes mencionado, podría explicar la fácil adaptación y uso de la telefonía móvil en países pequeños como Ecuador y la diferencia de este con otros países más grandes:

La mayor parte de África, Asia-Pacífico y Sudamérica están en las primeras etapas de adopción, con los índices de penetración hasta 10 veces más bajos a los de las regiones desarrolladas. Existe una fractura entre las economías más o menos desarrolladas entre cada una de las regiones. En Europa se registra un retraso de 2 a 3 años en los niveles de crecimiento entre los primeros (y más ricos) 15 países de la UE y aquellos que se han ido integrando a la Unión en la posterioridad. Las regiones del Norte y del Sur de América también se diferencian por los mayores niveles de difusión de la telefonía móvil en Norteamérica (USA y Canadá). En África, la mayor parte de propietarios de teléfonos móviles se concentran en Sudáfrica, mientras que en Oceanía, Australia y Nueva Zelanda lideran las suscripciones de telefonía móvil.⁹

En Ecuador, la telefonía móvil llegó en 1993, de la mano de la empresa Porta, actualmente Claro, cuando el entonces presidente de la República, Sixto Durán Ballén, realizó la primera llamada oficial desde el Cerro del Carmen de Guayaquil¹⁰.

Con el paso del tiempo y la evolución del teléfono celular, éste se fue convirtiendo en el accesorio infaltable en la sociedad. Con los aparatos enormes y los minutos de llamadas costosas bajo el sistema CPP (quien llama paga) y RPP (quien recibe paga), estaríamos afirmando que en un país con una economía como la nuestra, el móvil fue un artículo de lujo. Al igual que la televisión, la radio y la computadora en sus inicios, el móvil no era un aparato al que todos podían acceder.

⁹ Castells, *Comunicación Móvil y Sociedad*. 25

¹⁰ “El teléfono celular cumple 40 años”, en Ecuador times net, 3 de abril del 2013. <<http://www.ecuadortimes.net/es/2013/04/03/el-telefono-celular-cumple-40-anos/>> visitada el 21 de noviembre de 2014.

Los celulares “ladrillos” son considerados prehistóricos, puesto que hoy en día estos dispositivos se caracterizan por sus modelos pequeños, finos y ligeros además de su capacidad de almacenamiento e inteligencia.

Hoy en día la telefonía móvil ha crecido, los costos han bajado y las utilidades se han expandido, el móvil ha dejado de ser un lujo convirtiéndose en un aparato de manejo diario, no solo para jóvenes y adultos, sino para niños y adolescentes.

Las nuevas generaciones han nacido en un contexto tecnológico muy avanzado, lo que ha contribuido a que se familiaricen con el entorno mediático y audiovisual actual, en el cual el teléfono celular les permite conjugar en una sola herramienta todas las posibilidades: desde la pequeña pantalla pueden ver televisión, conectarse a Internet, escuchar la radio, etc.

Los menores de edad, y entre ellos los adolescentes, integran el grupo poblacional más dispuesto para adoptar y adaptar, con mayor naturalidad, estas nuevas herramientas comunicativas en su vida diaria.

En nuestro país existen dos tipos de servicio móvil, el prepago, en el cual el usuario compra un teléfono, cuenta con una línea, y minutos dependiendo del monto adquirido mensualmente, sea mediante tarjeta o recarga electrónica; y, el servicio pospago, el mismo que se divide en tipos de planes, en el cual el usuario cuenta con un contrato según el cual por un costo mensual recibe el aparato telefónico, la línea, minutos para llamadas, saldo para mensajes y para Internet.

En un primer momento, el servicio prepago estaba destinado a aquellas personas que no cumplían con los requisitos mínimos establecidos en los contratos, pero en la actualidad, “los teléfonos móviles activados con servicio prepago en Ecuador llegan a los 10 millones y la demanda de usuarios crece mensualmente en un promedio de 25 mil nuevas líneas”¹¹. Es decir, en países como el nuestro, los sistemas de prepago se han convertido en el principal factor que ha facilitado la adopción de la tecnología móvil, así sea con un bajo promedio mensual de minutos de consumo, ya que el servicio de pago previo representa menores gastos para los usuarios que el pospago.

¹¹ “Servicio celular crece en el país”, periódico Hoy (Quito), <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/servicio-celular-prepago-crece-en-el-pais-368941.html>> visitada el 09 de abril del 2012

La distribución de la telefonía móvil por el tipo de abonado, según la Superintendencia de Telecomunicaciones, apunta a que del total de abonados existentes en el país, apenas 15,84% es de tipo pospago, en relación al 84,15% de abonados prepago¹².

El Ecuador cuenta con tres operadoras de telefonía celular, CNT EP – Alegro, OTECELS.A – Movistar y CONECEL S.A – Claro; siendo Claro la operadora con más abonados.

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) presentó los resultados oficiales del primer estudio sobre el comportamiento de niños y adolescentes frente al uso de las tecnologías el 27 de julio del 2011, obteniendo como resultado que el 28% de los niños y niñas, de 6 a 9 años, afirma tener un celular propio; y que entre los de 10 a 18 años el porcentaje es doble: 58%. De la misma manera, a partir de los 16 años, el dato supera el 70%.¹³ De estos datos se concluye que del total de abonados de telefonía móvil en Ecuador, una alta cantidad corresponde a niños y adolescentes.

Castells introduce el término sociedad en red móvil, refiriéndose a la estructura social conceptualizada como sociedad en red, que se amplía gracias a las nuevas tecnologías de comunicación inalámbrica, en la cual la adopción de una nueva tecnología se produce de diferente manera en los usuarios, dependiendo de varios factores: el estatus social, la ubicación demográfica, el nivel de educación, la edad, etc. Por tanto, “los grupos sociales, adoptarán las tecnologías inalámbricas de modos distintos siempre y cuando las utilidades que se persigan sean diferentes.”¹⁴

Si bien el interés por el celular es generalizado, tiene un especial atractivo para los menores, niños y adolescentes aspiran poseer este dispositivo que se ha convertido en un distintivo de su generación.

¹² Superintendencia de Telecomunicaciones, *Estadísticas de Servicios de Telecomunicaciones* <<http://www.supertel.gob.ec/index.php/Estadisticas/Servicios-de-Telecomunicaciones.html>> Visitada el 09 de abril del 2012

¹³ Ministerio de Telecomunicaciones, MINTEL, “Estudio sobre el comportamiento de niños y adolescentes frente al uso de las tecnologías”, Pág. 16 http://www.mintel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1377&catid=47 visitada el 15 de abril de 2011

¹⁴ Castells, *Comunicación Móvil y Sociedad*. 71

Esta nueva plataforma de comunicación e información y las nuevas formas de ocio de pantalla que incorpora a la vida diaria de los adolescentes, acarrea efectos como la poca vigilancia parental del uso que de este dispositivo, comportamientos adictivos, desarrollo de aptitudes hacia el mismo, etc.

La consolidación de la Generación Interactiva se da en gran medida por el hecho de que los menores vivan en entornos cada vez más complejos y sofisticados desde el punto de vista tecnológico. “Una de las características de la Generación Interactiva es que tiene, en términos generales, un acceso al equipamiento tecnológico por encima de la media del resto de la población”¹⁵; lo que, para los menores, supone la aparición de una nueva forma de invertir el tiempo, de compartir experiencias, de vivir la vida familiar, escolar y social, que poco tiene que ver con la de generaciones anteriores.

Según datos del MINTEL, “hay diferencias significativas entre niños y adolescentes, que permiten caracterizar al celular como una pantalla más propia de los de más edad. La penetración del celular crece progresivamente hasta superar la barrera del 70% a los 15 años y del 80% a los 17 años”¹⁶.

Es decir que los adolescentes adoptan esta tecnología rápidamente y la usan con naturalidad como algo imprescindible para su vida cotidiana, ya que la función principal del celular no es de comunicación sino un centro de entretenimiento, donde el usuario le imprime su propia identidad.

1.2 Diferenciación entre los usuarios de la comunicación inalámbrica

1.2.1 Género

La telefonía inalámbrica ha sido adoptada por los adolescentes en general con una distinción mínima por género, posición social o instrucción educativa.

Castells hace referencia al género y la utilización de la telefonía móvil, afirmando que “la difusión de las tecnologías móviles entre la población femenina ha

¹⁵ Xavier Bringué y Charo Sadaba, “La Generación Interactiva en Ecuador: Niños y Adolescentes ante las Pantallas,” En *Consultoría para el Estudio e Investigación del Escenario en el que actúa la Generación Interactiva en los Centros Educativos del Ecuador*. Colección Fundación Telefónica. Pág. 18. <https://docs.Google.com/viewer?embedded=true&url=http://lageneracioninteractiva.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/publicaciones/consultoria_investigacion.pdf> Visitada el 11 de abril de 2012.

¹⁶ Ministerio de Telecomunicaciones, “Estudio sobre el comportamiento de niños y adolescentes frente al uso de las tecnologías”. 118

igualado o sobrepasado el nivel de adopción de la masculina”¹⁷; pero realiza una pequeña diferenciación en función de los usos que cada género da a esta tecnología, aseverando que las mujeres tienden a priorizar los motivos de seguridad y precaución como razones para adquirir un teléfono; del mismo modo que los hombres también cumplen con el papel protector atribuido a su género y regalan teléfonos móviles a sus mujeres e hijas al juzgar que para ellas constituyen una medida de protección necesaria.

En líneas generales, el teléfono móvil brinda a las mujeres un sentimiento de seguridad considerado menos necesario en el caso de los hombres. En este sentido, “las tecnologías de comunicación móvil se convierten en una herramienta asociada con la protección de grupos vulnerables como mujeres, niños y ancianos pese a otros usos reales y potenciales.”¹⁸

De acuerdo a un estudio de Género y Tecnologías de Información y Comunicación, encargado por Enlaces del Ministerio de Educación a la Universidad de Chile, no existiría una diferencia significativa entre acceso y uso de tecnologías en educación entre hombres y mujeres; sin embargo, de acuerdo a los resultados, “las mayores diferencias entre alumnas y alumnos residirían en los usos específicos que se le dan a las distintas tecnologías, pues los hombres, sobre todo en edades menores, utilizarían mucho más los videojuegos, mientras que el uso de ellas estaría mucho más ligado a la comunicación y socialización”¹⁹.

En nuestro país, el móvil es un dispositivo de uso general donde la diferenciación en cuanto a género y tecnología se da mayoritariamente en edades avanzadas, que no son motivo de este estudio, de acuerdo al Reporte Anual de Estadística Sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) 2011, según el resultado de la encuesta “Tenencia de Celular” realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), “el 49,1% de hombres tiene teléfono celular activado frente al 44,3% de las mujeres, sin embargo los dos experimentaron un crecimiento de 9 puntos entre el 2008 y el 2011; Así como del total de personas que tienen un teléfono

¹⁷ Castells, *Comunicación Móvil y Sociedad*. 75

¹⁸ Rakow y Navarro (1993), En Manuel Castells, *Comunicación Móvil y Sociedad*. Barcelona: Ariel, 2007, Pág. 145

¹⁹ “Escritorio docente Familia y Escuela” Educarchile: el portal de la educación. <<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=204294>> Visitada el 27 de agosto del 2010

celular inteligente (*smartphone*), el 52,9% son hombres frente al 47,1% que son mujeres”²⁰. Es decir, la diferenciación de usuarios de comunicación inalámbrica por género es mínima y va a la par como se puede apreciar en lo siguiente:

1.2.2 Edad

Al referirnos a la edad entre los usuarios de la telefonía móvil, podemos apreciar que, “el 53,1% del grupo de adolescentes entre los 16 a los 24 años de edad en el 2008 tenía telefonía celular activada, que en relación al 60,3% en el 2011, se incrementó en casi 7 puntos; así mismo, de la población que utiliza teléfonos inteligentes, el 11,7% corresponde a personas de 16 a 24 años de edad”.²¹

La telefonía celular es utilizada también por niños y adultos, según el INEC “el grupo etario con más personas con celular activado es el de 25 y 34 años de edad, con el 71,5%, seguidos por los de 35 a 44 años con el 69,1%, mientras que el de los niños de 5 a 15 años de edad varía entre el 9,9 % al 9,1%”.²²

1.2.3 Instrucción

Dentro del nivel de instrucción, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el Reporte Anual de Estadística Sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones 2011, registra que el mayor número de personas que tienen teléfono celular inteligente en un 32,1% se encuentran en nivel de instrucción de post grado, seguido de un 17,4% de nivel superior universitario, luego se aprecia un 14,1% correspondiente al nivel superior no universitario.

Cabe mencionar que los estudiantes de Educación Media (colegios) corresponden al 8,1%, colocándose en cuarto lugar.²³

1.2.4 Clase Social

El teléfono móvil ha dejado de ser un artículo de lujo y los estratos sociales más bajos han comenzado a usarlo en su día a día. “Las telecomunicaciones móviles están llegando donde no ha llegado aún la telefonía fija o Internet, y pueden servir para cubrir

²⁰ Instituto Nacional de Estadística y Censos. INEC. “Reporte Anual de Estadística Sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) 2011,” <http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/presentacion.pdf > visitada el 12 de abril del 2012

²¹ *Ibíd.*

²² *Ibíd.*

²³ *Ibíd.*

a los sectores más desfavorecidos de la población, con escaso acceso a otras formas de comunicación”²⁴.

Sin embargo, si se puede apreciar diferenciación en la adquisición y uso que las personas dan a su móvil dependiendo de su clase social.

Existe la modalidad Prepago, que permite a la población acceder a un dispositivo móvil controlando el gasto de minutos; “en América Latina, más del 81% de los accesos móviles de Telefónica son líneas prepago”²⁵. Por otra parte, el sistema conocido como *el que llama paga*, es otra adaptación de la telefonía móvil para ser accesible a sectores desfavorecidos. Además, “la población con menores rentas está comenzando a usar las micro recargas, que dan para una sola llamada o algunos mensajes de texto”²⁶; siendo estas facilidades determinantes en el crecimiento de la penetración del teléfono móvil en América Latina.

Si a esto le sumamos la diversidad de modelos y marcas que existen en el mercado y por consiguiente de precios, podemos ver que existe una gama infinita al alcance de todos los bolsillos.

1.3 Penetración del celular

Este dispositivo despierta un especial atractivo en los menores. Tanto así que “Niños y adolescentes aspiran a poseer este dispositivo que se ha convertido en símbolo de su generación. Sin embargo, uno de cada tres menores ecuatorianos no tiene acceso a un terminal celular”²⁷.

Tener un celular o poder utilizarlo implica un crecimiento exponencial en la posibilidad de comunicarse con otras personas, ya sean familiares o amigos. En el caso de la Generación Interactiva en Ecuador, al hablar de celulares e interlocutores se

²⁴ Marta Molina y David de San Benito, *Impacto Social y Económico de los Móviles en América Latina*, Fundación Telefónica, 2008, Pág.2, Versión digital. <http://www.imaginar.org/m4dev/index_archivos/info/Impacto_social_LA.pdf> visitada el 13 de abril del 2012

²⁵ *Ibíd.*

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Xavier Bringué y Charo Sadaba, “La Generación Interactiva en Ecuador. Niños y Adolescentes ante las Pantallas”, *Consultoría para el Estudio e Investigación del Escenario en el que actúa la Generación Interactiva en los Centros Educativos del Ecuador*, 117.

produce una transición desde el ámbito familiar al ámbito social, cuestión directamente relacionada con la edad.

Poseer celular o utilizar uno que no es propio aporta diferencias sobre la intensidad de la comunicación con diversos interlocutores. Así, un celular propio supone hablar más con la madre, el padre y los hermanos; si se utiliza el de otras personas es para comunicarse con otros familiares, con los amigos, etc.²⁸

1.4 Utilidades del Celular

Es imprescindible tomar en cuenta el tiempo de los menores en tres ámbitos: los momentos que pasan en la escuela, con su familia o en el hogar y con sus iguales; es decir desaparece la concepción de que el hogar es el lugar supremo de contacto entre el medio y sus usuarios.

El uso que los menores hacen de las nuevas pantallas no implica que prescindan de otras, sino que desde el inicio, cuando han elegido una nueva tecnología, las otras esperan por ser utilizadas después o en otro ámbito, Por tanto, su adopción de los nuevos medios no ha desplazado a ningún otro medio.

El avance de la tecnología ha hecho que los teléfonos móviles incorporen diferentes funciones como juegos, reproducción de música MP3 y otros formatos, correo electrónico, SMS, agenda electrónica, fotografía digital, video digital y video llamada, navegación por Internet y hasta televisión digital.

Eco en su artículo “Vuelvo al Teléfono Móvil” afirma que este dispositivo implica una adhesión total al presente y un furor de relación que nos priva de cualquier momento de reflexión solitaria (tanto interior como exterior) y que el último servicio que permite el aparato es el telefónico, puesto que permite disfrutar de muchísimas otras funciones por sus características:²⁹

- Hacer y recibir llamadas
- Enviar y recibir mensajes de texto y mensajes multimedia

²⁸ *Ibíd.*

²⁹ Umberto Eco, “Vuelvo al Teléfono Móvil”. En Maurizio Ferraris *¿Dónde estás? Ontología del teléfono celular*, Marbot, 2008, Pág. 59, (versión pdf), <<http://www.elmundo.es/papel/2005/09730/cultura/1867997.html>>, visitada el 05/07/2010

- Ingresar a Internet: correo electrónico, redes sociales, consultas, descargas.
- Radio
- Televisión
- Multimedia: Cámara de fotos y video, reproducción de música, grabación de sonidos, creación de tonos, temas.
- Aplicaciones: agenda, despertador, calculadora, temporizador, cronómetro, reloj mundial, lista de tareas, notas.
- Conectividad: Paquete de Datos, Bluetooth, Wlan, Cable de datos, Cable de Datos
- Juegos
- Servicio de localización: GPS

En este contexto, el móvil ha adoptado las funciones de una agenda palmar y de un pequeño ordenador con conexión a la red, radio, televisión, pantalla de juegos, reloj, mensajes, GPS, etc., lo que va convirtiendo al mismo en un instrumento vital y cotidiano.

Con todas estas opciones, los adolescentes sienten una intensa atracción a esta pequeña pantalla, se han adaptado a ella tan fácilmente que otras generaciones ven con asombro cómo cambian los modos de comportamiento; volviéndose parte de su indumentaria, de su piel, parte de su cultura, de su quehacer cotidiano.

Surge lo que Eco llama el nuevo *Homo mobilis* u *homo cellularis* ya que el uso de este dispositivo cambia la dinámica misma de la interacción cara a cara entre los interlocutores; la diferencia sustancial entre hablar por teléfono y hablar por el móvil no solo radica en que por teléfono convencional siempre podíamos preguntar si Fulanito estaba en casa mientras que con el móvil siempre sabemos quién responde, aunque no en donde se encuentra, sino que el estar siempre presente yo con los demás como los demás conmigo, cambia radicalmente la situación de privacidad; si a esto le sumamos el hecho de que los chicos hablan en idioma tecnológico, se da lugar a una disparidad de códigos donde la brecha generacional es determinante.

1.5 Estrategias de utilización del Celular

La aparición del teléfono móvil ha marcado más que un hito tecnológico un hito social, ha modificado radicalmente las relaciones humanas de comunicación, las mismas que ya no se plantean cara a cara, sino que son reemplazadas por el aparato.

Ahora no es importante la posibilidad de llamar sino que “las cosas cambiaron y se han establecido como una relación diferente, que comprende la urbanidad y la educación sentimental: cuándo llamar, cómo llamar, cómo levantarse de la mesa cuando nos llaman, etc.”³⁰

Es indudable que el mercado y los nuevos comportamientos de los públicos determinan las actividades o las mutaciones en las formas de uso de los móviles. En este contexto, existen también estrategias de utilización del Celular:

- **Las llamadas**, las mismas que pueden ser de móvil a móvil, de móvil a fijo, dentro de la misma operadora, a otras operadoras, e internacionales. Generalmente utilizadas por la gente mayor, la misma que cuenta con minutos y a la que le parece esta opción la más óptima para comunicarse de manera eficaz.
- **Los mensajes de texto**, son mensajes escritos cortos (no importa si están bien o mal escritos); es un recurso utilizado por los jóvenes como una rutina tan común y corriente que los pone en contacto con grupos de amigos y que para los adultos lejanos a la escritura en el celular es una barrera: no se atreven a aprender a escribir.
- **El recurso de la llamada perdida**, cuando una persona marca el número de teléfono de alguien y cuelga, con el propósito de que el receptor devuelva la llamada, es una práctica muy utilizada para evitar gastar minutos o para comunicar algo simple.
- **El llámame que no tengo saldo**, cuando una persona que no tiene minutos, envía un mensaje automático solicitando que le marquen.

³⁰ *Ibíd.*

- **Internet** para búsqueda de información y visita a páginas electrónicas de bancos, universidades, colegios, redes sociales, etc.

Según un estudio de Telefónica S.A, el sistema “el que llama paga” ha sido determinante en el crecimiento del uso del móvil en zonas rurales y semi-urbanas de América Latina. Además, la población con menores rentas está comenzando a usar las micro recargas, que dan para una sola llamada o algunos mensajes de texto³¹.

En este sentido, haciendo relación a la fuerte dependencia que la tecnología produce, el móvil es un objeto social que registra (escribe y no sólo comunica), es decir, “es una extensión de la mano, que se ha convertido en una interfaz portátil del ciberespacio”.³²

1.6 Redes sociales virtuales

La incursión de los aparatos tecnológicos en la cotidianidad de las personas hace que las relaciones sociales se vean mediadas por la tecnología, como resultado, las personas no solamente se agrupan físicamente sino también en redes sociales virtuales; pero qué es una red? La respuesta puede ser:

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos³³.

En una sociedad democrática como la nuestra, formada por ciudadanos comunes, la red es un espacio de interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo, se identifica y se diferencia de los otros:

Intervenir en una red social empieza por hallar allí otros con quienes compartir nuestros intereses, preocupaciones o necesidades y aunque no sucediera más que eso, eso mismo ya es mucho porque rompe el aislamiento que suele aquejar a la gran mayoría de las

³¹ Marta Molina y David de San Benito, *Impacto Social y Económico de los Móviles en América Latina*, 2. Visitada el 18 de abril de 2010

³² Umberto Eco, “Vuelvo al Teléfono Móvil”. En Maurizio Ferraris, *¿Dónde estás? Ontología del teléfono celular*, 59.

³³ Marcelo Zamora, “Redes Sociales en Internet”, *Definiendo a las Redes Sociales*, <<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales>> visitada el 15 de julio de 2010

personas, lo cual suele manifestarse en retraimiento y otras veces en excesiva vida social sin afectos comprometidos³⁴.

De tal manera, los miembros de una comunidad virtual están unidos por los mismos focos de interés, por los mismos problemas, donde la geografía deja de ser un punto de partida. Pese a estar fuera e allí, esta comunidad se anima con pasiones y proyectos, conflictos y amistades. Vive sin un lugar de referencia estable: donde quiera que estén sus miembros móviles o en ninguna parte.

Según Lèvy, “la virtualización reinventa una cultura nómada, no mediante un retorno al paleolítico ni a las antiguas civilizaciones de pastores, sino creando un entorno de interacciones sociales donde las relaciones se reconfiguran con un mínimo de inercia”³⁵

En este sentido, para Lèvy, la función de la percepción entra en juego, la misma que consiste en traer el mundo aquí, de tal manera, el teléfono, los sistemas de tele manipulación, etc. son dispositivos que virtualizan los sentidos. Es decir, la gente que mira la misma emisión televisiva comparte el mismo gran ojo colectivo; de la misma manera, la proyección se asocia a telepresencia; y, “el teléfono funciona como un dispositivo de telepresencia, que transmite una representación de la voz y transporta la propia voz, es decir, que separa la voz (o cuerpo sonoro) del cuerpo tangible y la transmite a distancia. El cuerpo tangible está aquí y el cuerpo sonoro está aquí y allá desdoblado; al igual que el del interlocutor”³⁶.

En este contexto, existe una presencia de todos en todo lugar, a distancia de una llamada, mensaje (de texto o multimedia), o ingreso a la red, aunque físicamente no se encuentren allí. Existe la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, “el sistema de Internet es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscriptor a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo”³⁷.

³⁴ *Ibíd.*

³⁵ Pierre Lévy, *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona: Paidós. 1992. Pág. 21.

³⁶ *Ibíd.*, 28.

³⁷ Marcelo Zamora, “Redes Sociales en Internet”, *Definiendo a las Redes Sociales* visitada el 18 de julio de 2010

Las redes sociales en Internet se han convertido en un gran fenómeno social que revoluciona la forma de comunicarse y de interactuar. Al ser una herramienta de fácil acceso, su uso se ha incrementado, ya que abre sus puertas a muchas posibilidades, convirtiéndose en un modo de comunicación y transmisión de interés social público.

Levy introduce el término “inteligencia colectiva” y basa la misma en la inteligencia personal, en el conjunto de lenguajes, técnicas, instrucción, etc., de cada persona y afirma que “nunca pensamos solos, sino que lo hacemos en el transcurso de un diálogo con uno o más interlocutores reales o imaginarios, puesto que nuestra inteligencia posee una dimensión colectiva mayor porque somos seres de lenguaje.”³⁸

Si a esto añadimos que los seres humanos somos seres sociales que compartimos mismas tradiciones dependiendo de la ubicación geográfica de las sociedades, y que todo es socialmente compartido, comprenderemos que las reglas del juego social, y los tipos de interacción entre los individuos, modelan la inteligencia colectiva de las comunidades humanas, al igual que las aptitudes cognitivas de las personas que participan en ellas.

En la actualidad, el uso de la tecnología permite que las personas se agrupen en sitios sociales virtuales, que no necesitan un espacio físico común. A estas agrupaciones se denomina redes sociales, que, en términos sencillos, “se refieren a la interconexión entre personas, de cómo nos encontramos relacionados y como nos mantenemos en contacto con el resto del mundo”³⁹.

El funcionamiento de las redes sociales en Internet comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico, donde cualquier persona tiene acceso libre a ellas, sin un rango específico de edad, siendo muy populares y atractivas para el uso masivo de la tecnología usando como medio Internet.

El teléfono móvil en la actualidad permite visitar las redes sociales y otras aplicaciones de Internet, sin necesidad de contar con una computadora.

³⁸ Pierre Lévy, *¿Qué es lo virtual?*, 89

³⁹ Iván Campaña, *Redes Sociales en Ecuador: aplicación y efecto en la Comunicación*. Versión Digital. Pág.1 <<http://es.scribd.com/doc/25111928/Redes-sociales-en-Ecuador-aplicacion-y-efecto-en-la-comunicacion>> visitada el 20 de abril del 2012.

Según la página Web de Tecnoark, de acuerdo al número de personas que la usan, las redes sociales más populares son:

- **Youtube.** Comprado por Google hace unos años, es la apuesta más grande que hacen las empresas para promocionar sus servicios, obteniendo un alto índice de éxito. Siendo hoy la red social más potente que existe, porque es más que seguro que los servidores requieren de una alta calidad para poder brindar este servicio.
- **Facebook.** Hoy casi no existe personas que no tenga un perfil Facebook siendo la red social que más atrae usuarios, siendo famosos, empresas y personas que usan este servicio incluso para promocionar sitios y sus servicios. Además el sitio uno de los más visitados después de Google.
- **Twitter.** Es el servicio que permite expresar en tan sólo 140 palabras tu estado actual, siendo una de las cosas que más ha gustado a sus usuarios, la capacidad de ver al instante que es lo que están haciendo otras personas, además de enterarte primero que nadie de algún tema importante en tu país o en el Mundo gracias a su buscador.
- **Yahoo Respuestas.** Yahoo Answers es el servicio que permite hacer cualquier tipo de preguntas, según su categoría y cualquier otro usuario puede responder esta pregunta y así mismo otros pueden calificar y elegir la mejor respuesta.
- **Hi5.** La red social es catalogada como uno de los 40 sitios más visitados en todo el mundo, además de tener el respaldo de una enorme empresa, siendo el mayor éxito que ha tenido esta red social sus aplicaciones y otros servicios que abarcan esta red social.
- **MySpace.** La red social donde se puede compartir música, fotos, videos y tener la posibilidad de poder personalizar el fondo nuestro perfil, muy popular entre los músicos y dj de todo el mundo.
- **Menéame.** Menéame es un servicio en el cual cualquier persona puede enviar una noticia y otros usuarios tienen acceso a calificarla y a comentar

sobre esta noticia, muy popular entre las novedades en actualidad y famosos en Internet.

- **Metroflog** Posee el ranking de Alexa como uno de los 100 sitios web más visitados en todo el mundo, famosa en Buenos Aires donde es muy famosa y popular.
- **Badoo** Hoy en día Badoo es una de las principales redes sociales y uno de los sitios web más reconocidos, sin embargo no alcanza a ser la red social más usada.
- **Orkut** no es una red social demasiado conocida por los países de habla hispana, sin embargo en países como Brasil, India o Estados Unidos es bastante conocida, en especial en los entornos universitarios⁴⁰.

No todas las redes sociales funcionan en base a la misma temática, más bien focalizan grupos objetivos de acuerdo a los intereses más relevantes para quienes participan en estas redes, puede ser cine, música, necesidades laborales, videos, perfiles personales, etc.; pero todas generan interacción: comentarios y opinión en base a los contenidos.

⁴⁰ César Barra, *Las redes sociales más populares 2011-2012*, Tecnoark. <http://tecnoark.com/las-redes-sociales-mas-populares-2010-2011/3174> visitada el 20 de abril del 2012

CAPÍTULO II

ADOLESCENTES, INTERACCION SOCIAL E IDENTIDAD VIRTUAL

2.1 Conceptualización de adolescencia

La adolescencia puede ser descrita como un período comprendido entre los trece y los dieciocho años, como una etapa caracterizada por formas de vida muy específicas, entre las que sobresale la conflictividad.⁴¹

Es conocido que el comportamiento de los adolescentes es complicado, no es raro que ellos se encuentren pensativos y apartados, irritables o felices, que resulta difícil tratarlos. En base a estas características, propias de esta etapa, Tenorio afirma la adolescencia como un período complejo, en el que “ser adolescente implica vivir en conflicto con la cotidianidad, las relaciones familiares y las relaciones consigo mismo.”⁴²

Al ser la adolescencia una etapa que viene luego de la niñez y que es una época de suma tranquilidad, en la que niños y niñas asumen el mundo, las normas y códigos de la sociedad sin oposición alguna, “llegar a la adolescencia implica dejar este estado de paz sumisa para ingresar en un mundo caracterizado por lo conflictivo, la discordia y la lucha.”⁴³ De tal manera, la adolescencia es vista como una etapa en la que chicos y chicas adolecen o más bien padecen la enfermedad de la sinrazón y de lo conflictivo.

Según Tenorio Ambrosi, a partir de los años ochenta, se produce un giro importante y se mira a los adolescentes desde otros puntos de vista, ya no se trata de un período de vida marcado por la edad y caracterizado por la rebeldía sin causa, sino que se habla de un tiempo personal que marca el ingreso al mundo a través de la conquista de espacios propios en lo social y cultural. Asumiendo que si bien es un tiempo con una cronología, con años y meses del calendario, posee otras significaciones temporales construidas en un mundo en el cual los imaginarios, las expectativas, las esperanzas e ilusiones, cuentan más que nada. Ya no se mira a los adolescentes como personas perturbadas sinrazón o en conflicto, sino como seres humanos que abandonan su niñez y

⁴¹ Rodrigo Tenorio Ambrosi, *Población y Desarrollo pasado y presente en el Ecuador*, Quito: UNFPA, 1996, Pág. 142.

⁴² *Ibíd.*, 144.

⁴³ *Ibíd.*, 145.

empiezan a constituirse como hombres y mujeres con sentido individual. Es decir, los adolescentes son personas que están aprendiendo a tener un sentido propio, que están asimilando su nuevo rol en la sociedad y que están formando una personalidad que hará de cada uno de ellos individuos únicos. En este contexto, se consideraría que la adolescencia:

Ya no es una edad sino una forma de vivir, de pensar y de proyectarse en el mundo, es pues, una cultura construida con normas, valores, relatos y códigos que pertenecen a una ética propia que les permite juzgar y juzgarse. El escenario de su vida es la realidad que ellos la codifican a su medida. Se trata de un estilo de vida construido con lenguajes propios, con un sistema de señales que permite a los chicos y las muchachas comunicarse entre sí, transmitirse sus fantasías y sus deseos, sus expectativas tanto como sus angustias, dudas y sufrimientos.⁴⁴

Si partimos de este planteamiento, su rebeldía ya no sería sin causa sino en base a los cambios, no sólo los físicos sino los de afectos y deseos, y a su percepción de sí mismos en el mundo, donde existen espacios de confrontación e innovación donde los chicos y chicas se encuentran a sí mismos y elaboran sus identidades.

Gómez, del Proyecto Unidad de Atención Integral para Adolescentes, del Ministerio de Salud Pública de Ecuador, define a la adolescencia como la etapa del desarrollo humano que establece la transición desde la infancia a la edad adulta con cambios fisiológicos, psicológicos y socio culturales. Afirma que:

Para la mayoría de adolescentes, el proceso de transición se establece con grandes dificultades: se acostumbran progresivamente a una estructura corporal constantemente cambiante, definen poco a poco su identidad personal y su relación interpersonal, salvaguardando su intimidad, e inician el establecimiento de su personalidad social y de su independencia.⁴⁵

Este autor hace referencia a la adolescencia desde el punto de vista biológico, e indica que el comienzo de la pubertad es más temprano ahora que 100 años atrás, lo que

⁴⁴ *Ibíd.*, 148

⁴⁵ Ramiro Gómez, "Aspectos sociales de la Adolescencia", en *Memorias del Primer Concurso Internacional de Adolescencia*, Quito, Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP), Fundación Internacional para la Adolescencia (FIPA), Hospital Gineco- Obstétrico Isidro Ayora (HGOIA), Agencia española de Cooperación Internacional (AECI). 2001, Pág. 114.

quiere decir que los adolescentes alcanzan su etapa de desarrollo sexual, ovulación y capacidad de reproducción mucho antes que los de antaño.

De la misma forma indica que en el área social también han ocurrido cambios. En el adolescente la imagen corporal adquiere mayor importancia cuando él se encuentra en grupos que dan demasiada jerarquía a los atributos físicos tanto de varón como de la mujer. El factor físico del adolescente es muy importante en el ambiente en que se mueve el joven.

El adolescente comienza a pertenecer a grupos de amigos, a medida que va creciendo comienza a tener otras inquietudes, a la hora de elegir a sus amigos es selectivo, ya que busca en ellos las mismas inquietudes, ideales y condiciones económicas que él, además de que el grupo es de ambos sexos, esto conlleva a la atracción y producto de esto el adolescente comienza a tener tácticas amorosas.

Esta etapa es una de la más difíciles del ser humano, ya que el adolescente ve a la sociedad y al mundo con una perspectiva de crítica y rechazo, es en este período donde el joven se hace independiente de los padres y entra en un período transitorio en donde su grupo de amigos es lo principal, el apoyo lo buscan en compañeros, amigos y gente externa al vínculo familiar.

La crítica y los sentimientos trágicos son su principal tema de conversación, hablan de los muchachos o muchachas, paseos y conflictos con sus padres o depresiones. Estas conversaciones sirven para dejar salir sus preocupaciones y descansar de su estado trágico.

Durante la adolescencia la búsqueda de la identidad se vuelve insistente, el crecimiento físico, el seguir una carrera, la madurez genital, los roles que ellos mismos comienzan a tener en la sociedad adulta, etc., confunden a los jóvenes en su transición a la edad adulta.

De la crisis de identidad surge la virtud de la fidelidad, sentimiento de pertenencia hacia alguien amado, amigos y compañeros. La fidelidad representa un sentido muy ampliamente desarrollado de confianza, pero durante la adolescencia es importante confiar en sí mismo.

La identidad representa un proceso que se extiende a lo largo de la vida, es la sexualidad que se organiza sobre la base de un cuerpo real y de otro cuerpo formado con los principios de las culturas y los imaginarios de cada persona.

Para Palacios, la adolescencia además de ser una etapa de cambio en la que ya no se es niño pero en la que aún no se tiene el status de adulto, se caracteriza por que se realiza la transición de un sistema de apego en gran parte centrado en la familia, a un sistema de apego centrado en el grupo de iguales, a un sistema de apego centrado en una persona del otro sexo; por sentirse miembros de una cultura de edad (la cultura adolescente) que se caracteriza por tener sus propias modas y hábitos, su propio estilo de vida, sus propios valores; por tener sus propias preocupaciones e inquietudes que no son ya las de la infancia, pero que todavía no coinciden con las de los adultos. Afirma que estas son algunas de las señas de identidad de los adolescentes occidentales.⁴⁶

Existe una diferencia entre pubertad: conjunto de cambios físicos que a lo largo de la segunda década de la vida, transforman el cuerpo infantil en un cuerpo adulto con capacidad para la reproducción; y adolescencia: período psico-sociológico que se prolonga varios años y se caracteriza por la transición entre la infancia y la adultez”.⁴⁷

Bajo este concepto, la pubertad es un fenómeno universal para todos los miembros de nuestra especie, como hecho biológico y como momento de la mayor importancia en nuestro calendario madurativo común. La adolescencia, en cambio, “es un hecho psicológico, no necesariamente universal y que no necesariamente adopta, en todas las culturas, el patrón de características que adopta en la nuestra”.⁴⁸

El pasar de la niñez a la adolescencia, trae muchos cambios, los más evidentes son los físicos, los mismos que se presentan tanto en chicos como en chicas, a quienes mientras son niños, lo que realmente les distingue son los caracteres sexuales primarios (pene, en los niños, y, vagina, en las niñas), cuerpos que al final de los procesos de cambio que se dan, se diferenciarán enormemente.

⁴⁶ Jesús Palacios, *¿Qué es la adolescencia? Desarrollo Psicológico y Educación I, Psicología Evolutiva*, Madrid: Alianza Editorial, S.A. 1994. Pág. 299.

⁴⁷ *Ibíd.*, 301

⁴⁸ *Ibíd.*, 299

Las edades en las que estos cambios ocurren en los chicos hacia los 12- 13 años y terminan hacia los 16-18 y en las chicas hacia los 10-11 años hasta los 14-16 años (edades promedio).

Los adolescentes crecen, su cuerpo sufre variaciones físicas y biológicas que también los confunden. “Este proceso de transformación física es puesto en marcha por una serie de mecanismos hormonales que desencadenan cambios que, presentan un patrón diferencial para chicos y chicas.”⁴⁹

Naturalmente, cada una de estas transformaciones físicas influye de alguna manera y en diferentes porcentajes en el comportamiento de los y las adolescentes, es decir que además existe un impacto psicológico producido por estos cambios, los mismos que repercuten también en su imagen individual como en la manera de interactuar con sus iguales y el resto de las personas.

De tal manera, la personalidad de los adolescentes se va formando. Es “en esta etapa en la que el ser humano empieza a tener historia, memoria biográfica, interpretación de las pasadas experiencias y aprovechamiento de las mismas para afrontar los desafíos del presente y las perspectivas del futuro.”⁵⁰

La adolescencia es un momento clave y también crítico en la formación de la identidad. Tanto antes como después de la adolescencia hay etapas que contribuyen a la diferenciación de la personalidad y de la identidad. Es decir, pasan por un momento de esclarecimiento en el cual “el adolescente trata de definir quién es el mismo a través de todas sus actividades, sus aficiones, sus aspiraciones, y principalmente sus amores, de los cuales hace apasionadas tentativas para llegar a definir la propia identidad, proyectando sobre el ser querido, la imagen de sí mismo, para verla reflejada y clarificada en una pasión que consiste en alta medida en el quién soy y quién eres tú.”⁵¹

La primera relación social que los adolescentes poseen es con los padres (familia), de los cuales buscan una emancipación, pues los ámbitos y espacios donde se

⁴⁹ *Ibíd.*

⁵⁰ Alfredo Fierro, “Desarrollo de la Personalidad en la Adolescencia”. *En Memorias del Primer Concurso Internacional de Adolescencia*, Quito: Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP), Fundación Internacional para la Adolescencia (FIPA), Hospital Gineco - Obstétrico Isidro Ayora (HGOIA), Agencia española de Cooperación Internacional (AECI), 2001, Pág. 332.

⁵¹ *Ibíd.*, 333.

hace posible la interacción social se expanden encaminando al proceso de adquisición de la autonomía personal, más aún en la sociedad actual donde la tecnología permite esta expansión.

Paralelamente a la emancipación respecto a la familia, el adolescente establece lazos más estrechos con el grupo de los compañeros, estos lazos se dan primero con personas de su mismo sexo (con actitudes hostiles hacia el sexo opuesto) y más tarde comienzan a fusionarse llegando a una fase final en la que en su seno nacen y se consolidan relaciones amorosas de pareja, que finalmente se deslindarán del grupo.⁵²

La adolescencia es un momento en el que el individuo consolida tanto sus competencias específicas cuanto su competencia o capacidad general frente al mundo, a la realidad, al entorno social, estableciendo su adaptación y ajustes, tal vez no definitivos, pero si los más duraderos de la vida.

2.2 Conceptualización de Identidad

La formación de la identidad sólo se realiza en función de la interacción con el medio externo, ya que en una situación de aislamiento, las características individuales resultan absolutamente irrelevantes y transparentes.

Es así que sólo en relación a la interacción con los otros, las diferencias y características individuales adquieren valor y se comportan como un aporte para la interacción social. Es decir, solo reconociendo al otro como diferente a mí, puedo reconocirme como individuo único:

La palabra identidad tiene una dualidad: por una parte, se refiere a características que nos hacen percibir que una persona es única (una sola y diferente a las demás) y por otro lado, se refiere a características que poseen las personas que nos hacen percibir que son lo mismo (sin diferencia) que otras personas.⁵³

Un claro ejemplo es cuando una madre le afirma a su hijo que es único y muy especial; lo mismo que todos los demás. Entonces, vemos que la identidad no nos identifica como individuo, único, diferente a los demás individuos, sino que señala alguna característica que compartimos con otras personas.

⁵² *Íbid.*, 340.

⁵³ “Etimología de Identidad”, S/A, <<http://etimologias.dechile.net/?identidad>. Visitada el 14/07/2010>

Los individuos y grupos se identifican por claves. La clave más grande, suele ser el idioma, el mismo que sirve para unir a las personas, o puede servir para dividirlos (los hispanos en Estados Unidos hablan español, etc.). Otras claves pueden ser la ropa, el color de la piel, o un símbolo: como una bandera, etc.

En nuestra sociedad, es común ver a grupos de adolescentes que presentan ciertas claves identificadoras como el color de su ropa y su manera de caminar, que los identifica como parte de un grupo determinado.

Los adolescentes están formando su individualidad y buscan claves comunes que les permitan identificarse con los otros, reconocerse como integrantes de una sociedad, es así como “la identidad ha surgido de la necesidad de afirmar y afirmarse como parte de un todo.”⁵⁴ Para Hall:

La identidad ya no nos es útil dentro del paradigma inicial en que se le generó, pero no ha sido reemplazada aún por un nuevo concepto que cumpla una función explicativa similar; reitera a la identificación, como un intento de re-articular la relación entre sujetos y prácticas discursivas; y asevera que por diferencia a la identidad, la identificación: se construye sobre la base del reconocimiento de algún origen común o unas características compartidas con otra persona o grupo o con un ideal, y con el vallado natural de la solidaridad.⁵⁵

También hace referencia a que las identidades tienen que ver con las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, de la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; es decir, no solamente quienes somos o de dónde venimos, sino en que podríamos convertirnos, cómo nos han representado y como atañe ello al modo como podríamos representarnos: por ende, las identidades se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella. Como al identificarnos como ecuatorianos, quiteños, guayaquileños o ambateños, donde tenemos un pasado histórico y un imaginario común de lo que el sitio que nos vio nacer representa.

Así mismo, como la identidad sólo puede construirse a través de la relación con el otro, con lo que no se es, “toda identidad nombra, como su otro necesario aunque

⁵⁴ José Martín Hurtado Gálvez, “La Identidad”, *A Parte Reí, Revista de Filosofía*, Pág. 7, Versión digital, <serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/hurtado28.pdf>, Visitada el 14/07/2010

⁵⁵ Stuart Hall, *¿Quién necesita identidad? Cuestiones de Identidad Cultural*, Compiladores Stuart Hall y P. Dugay, Buenos Aires, Amorrortu, 2003, Versión digital <http://www.scribd.com/doc/28921740/Stuart-Hall-Y-Paul-Du-Gay-Cues-Ti-Ones-de-Identidad-Cultural>, Visitada el 19 de julio del 2010

silenciado y tácito, aquello que le falta”.⁵⁶ Es decir que las identidades no solo se construyen a través de las cuestiones compartidas sino también a través de la diferencia.

Si la identidad se construye en base a las similitudes y diferencias con el otro, los adolescentes que recién inician a reconocerse como individuos, ubicados en un contexto donde las relaciones sociales están mediadas por la tecnología, indudablemente, toman la misma para relacionarse, reconocerse e identificarse unos con otros.

Los adolescentes están acostumbrados a utilizar las tecnologías, han crecido en un mundo en el que ésta tuvo un avance rápido por lo cual su familiaridad es notoria, su apego es normal y el desarrollo de habilidades y destrezas se dio a la par que usaron el móvil. Los celulares son parte de la forma de vida de los adolescentes, de su indumentaria, de su cultura, de su quehacer cotidiano, presencia que genera nuevos sentidos de apropiación: en la noche, en todo el tiempo, en todo el espacio, en todas sus actividades. Un ejemplo de ello es la facilidad con la que algunos chicos en dos celulares pueden al mismo tiempo que conversar, enviar mensajes. Esto puede explicar la brecha generacional que la tecnología con sus nuevos códigos ahonda entre padres y adolescentes: los chicos hablan en idioma tecnológico y los padres en idioma casero.

Con relación a las generaciones, se dará a continuación las características que determinan y diferencian a cada una de ellas:

⁵⁶ *Ibíd.*

GENERACION	VALORES	SIMBOLOS	CODIGOS	ACTITUDES	COMPORTAMIENTOS
TRADICIONALISTAS (Antes de 1945) Contexto de las guerras mundiales, la gran depresión.	El ahorro, el esfuerzo, el respeto, la austeridad.	Bienes durables para toda la vida	La formalidad y los buenos modales.	Guardar para el futuro, el progreso a través de la educación, el trabajo para toda la vida. No derrochar.	Lealtad, obediencia y alto compromiso. Profesiones y oficios de clara delimitación. Mujer: ama de casa, esposa y madre. El retiro: el momento de disfrutar.
BABY BOOMERS (De 1945 a 1965) Contexto de la postguerra, el desarrollo industrial, cambios en el proletariado, sindicatos, voto femenino.	Oposición a los valores tradicionales (hippies), el éxito debido a la cantidad de ingresos materiales (status), la libertad sexual (anticonceptivos), la educación y tener una profesión como medio de progreso, ser productivo.	Las marcas, la radio y la incorporación de la TV.	Mayor libertad en las relaciones.	La capacitación y el aprendizaje son valiosos para hacer carrera. Alto compromiso con la Organización.	Optimismo y energía, búsqueda del poder, competencia para alcanzar la cima. Incorporación de la mujer como profesional en el mundo del trabajo. El retiro: "quiero seguir trabajando"
GENERACION X (De 1966 a 1980) Fin de la Guerra fría, la caída del Muro, gobiernos militares y represión. La incertidumbre laboral, económica y social. El Sida, la destrucción del medio ambiente.	Desilusión a los valores de sus padres, solidaridad con su grupo específico, individualismo, incompreensión, rebeldía, fe en sí mismos. Cultura de la inmediatez sin un proyecto a largo plazo.	La PC, la TV a color, el control remoto, el videojuego, el cable, la música, el walkman.	Rebeldía y escepticismo	Individualismo. Autonomía. No tienen fe en las instituciones tradicionales: Viven "en pareja".	Saben idiomas, viajan, provienen de hogares donde ambos padres trabajan. Trabajan y estudian, se capacitan. Nada es garantía para progresar. Reivindican el balance entre la vida y el trabajo. Mujeres: maternidad postergada-Proyecto laboral y profesional en desarrollo. Postfeminismo, se triplican los divorcios.
GENERACION Y (De 1980 a la actualidad)	Respeto por la diversidad, la justicia, la solidaridad, la libertad intelectual, temporal y geográfica. Desarrollo de la velocidad y la conectividad mediante grupos virtuales.	Teléfono móvil, mensajes de texto, MP3, Blogs, tecnología portátil, música electrónica, pastillas éxtasis, comida orgánica, meditación, conexión con el cuerpo.	Irreverencia, atemporalidad	Cuestionadores, desafiantes, irreverentes, individualistas, energéticos, ciudadanos atemporales y no geográficos sino del mundo.	Menor importancia al dinero, la tecnología es algo natural, están siempre conectados. Viven on / off line, pueden trabajar de noche o de día. Alternan trabajos con viajes. Obsesionados por la estética. Les interesa el balance trabajo y vida personal. Viven con plazos cortos, bajo compromiso con las organizaciones, combinan calidad de vida y diversión en el trabajo, son sensibles a los problemas sociales y del medio ambiente. Gustan de lo excéntrico, lo distinto, no ser igual a otro. Todo está permitido y pasa a ser normal.

Fuente: La convivencia de diferentes generaciones de Alicia Peirano de Barbieri / Elaborado por: Paola Martínez

Los adolescentes tienen una tendencia a cambiar el celular con frecuencia, tal cual si fuera una prenda de vestir que ya pasó de moda, buscan modelos nuevos que tengan funciones novedosas. Esto se refleja en su realidad la misma que construyen a pedacitos, con nuevos códigos que las generaciones adultas no alcanzan a comprender.

Las tecnologías permiten el anticipo del tiempo futuro como tiempo presente, los chicos viven una falta de referencias históricas y tampoco tienen una visión del tiempo futuro, de lo que significa su propia existencia ni lo que van a hacer después, de ahí sus modos de comportarse. Esta especie de vacío hacia el futuro los vuelve poco metódicos sin visión proyectiva.

Los adolescentes humanizan la tecnología, usan los emoticones, las imágenes, las fotografías, etc., como formas de traducir en iconos o símbolos la diversidad de situaciones que muchas veces no son entendidas por los adultos, pero que son comprendidas con claridad por otra persona de su misma edad.

Cuando las personas se separan transitoriamente de sus familias para enfrentarse a sus actividades cotidianas, dado que la violencia es un factor habitual y, por tanto, existe un riesgo real en la separación de la seguridad del hogar, el móvil actúa como un objeto transicional, es decir, reemplaza el osito de peluche para los bebés, esta homogenización de los usos del móvil, tiene relación con la masiva y acelerada adopción del celular, el mismo que ofrece certezas virtuales de ubicación y bienestar.

La interacción cotidiana de las personas con los artefactos digitales ha creado un vínculo mutuamente constitutivo de nuevos nichos culturales de producción de significado social.⁵⁷ Las tecnologías de la información y la comunicación se han vuelto indispensables y omnipresentes en nuestras vidas, pero son incapaces de reemplazar la tibieza de un abrazo, el roce de una caricia, la intimidad de un beso, la ternura de una mirada, etc. La presencia ubicua del móvil ha generado una paradoja de extensión/invasión en la vida de las personas, ya que por un lado los usuarios del mismo encuentran en la conexión permanente (24/7) una forma inmediata y barata de extender sus vínculos familiares y de amistad a todos los escenarios por donde se desplazan a diario, pero por otra parte ha convertido sus hogares familiares en de conexión múltiple

⁵⁷ Rosalia Winocur, *Robinson Crusoe ya tiene celular, la conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México, siglo XXI, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009, Pág. 13.

con el mundo externo de las relaciones laborales y grupales. Entonces, se cumple la tesis de McLuhan según la cual los aparatos tecnológicos se han vuelto una extensión de nuestro cuerpo, en el caso del móvil, su ergonomía y portabilidad ha facilitado que se lo considere como tal, existiendo una relación íntimamente corporal de las personas con su móvil, lo cual explicaría los conocidos síndromes de abstinencia que manifiestan los usuarios cuando son privados de su celular.

Para Winocur el celular es una nueva tecnología que se escapa en buena medida a los tópicos de la década de 1970 (centro-periferia, ricos-pobres, formados-no formados), que permite conexión (no el acceso) como un nuevo espacio vital, donde las personas de todas las edades y condiciones sociales proyectan y activan sus deseos, temores, frustraciones y esperanzas.

Entonces, Internet ha tomado el papel de impulsor de ese proceso de apropiación de las personas del espacio de conexión, “los dispositivos móviles han mutado, poco subsiste la función primaria que tuvieron, de tal manera un teléfono de última tecnología también puede ser utilizado para una conversación telefónica, pero cumple la función de un centro multimedia de acceso remoto y móvil a contenidos”⁵⁸. El Iphone por ejemplo, es uno de los tantos dispositivos que nacieron de la intersección de internet y la tecnología móvil y que permiten al usuario, en todo momento y lugar, consumir y compartir contenidos de todo tipo.

En este sentido, los modos tradicionales de socialización y participación se ven afectados por el aumento de uso de Internet en la vida, tanto personal como social de las personas, ya que amplía sus posibilidades y modifica los sentidos.

Según Winocur, la red ha transformado el sentimiento de soledad y aislamiento de los adolescentes, lo que ha cambiado es que el que se encuentra aislado y marginado es el que está desconectado, no necesariamente el que no tiene gente a su alrededor. La clave para entender lo trascendente que se ha vuelto estar visible, radica en lo amenazadora que resulta la invisibilidad como sinónimo de desconexión, es decir, en términos de visibilidad social, si no puede ser visto en los medios o subido a la red no existe.

⁵⁸ Roberto Igarza, *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*, Buenos Aires: La Crujia, 2009, Pág. 14.

Por este motivo, “las comunidades virtuales, las redes sociales on line y el celular, se han legitimado como nuevas formas de inclusión social, en las cuales los adolescentes libran una especie de batalla por forjar su identidad cuyo signo más distintivo es garantizar la inclusión y el reconocimiento en el mundo de sus vínculos sociales.”⁵⁹

En el caso de los adolescentes, el temor de ser excluido, el ser o no ser pate de algo o el ser aceptado o repudiado por formar o no parte de ese algo, es una marca fundamental en el proceso de construcción de la identidad tanto *on line* como *off line*.

La dinámica actual exige estar aquí y en muchas partes al mismo tiempo, diversificar tareas, aumentar eficiencia en el trabajo y sociabilidad en red, incrementar la lista de contactos, chatear con uno mientras se escribe un mensaje a otro, etc. “Esta exigencia de presente y simultaneidad nos obliga a trasponer los espacios y tiempos privados en espacios y tiempos públicos y viceversa”⁶⁰

Este dispositivo es llevado pegado al cuerpo, como una extensión del mismo, como un apéndice virtual con carga simbólica y afectiva.

El sociólogo ecuatoriano Reascos⁶¹ (comunicación personal, 19 de noviembre 2013), menciona incluso “un tránsito del erotismo tradicional al erotismo tecnológico”, en el cual, al utilizar medios como el celular, “la ausencia de la otra persona le permite decir cosas que no le diría presencialmente”, ya que el celular tiene como uno de sus efectos el que las relaciones humanas de comunicación ya no se plantean cara a cara, sino que la presencia del otro, es reemplazada por el aparato, entonces, el móvil implica estar en una especie de clandestinidad, pues se responde desde cualquier sitio, sin saber si es verdadera o no la respuesta.

El rol de la comunicación móvil en la construcción de las relaciones personales e identidad de los adolescentes, “se relaciona con el carácter lúdico y la sensación placentera que genera para ellos el dominar, jugar y expresarse a través de un juguete

⁵⁹ Rosalía Winocur, *Robinson Crusoe ya tiene celular, la conexión como espacio de control de la incertidumbre*, 18.

⁶⁰ *Ibíd.*

⁶¹ Nelson Reascos, Decano de Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

nuevo. Una parte necesaria del propio proceso evolutivo del individuo, que potencia su desarrollo cognitivo, creatividad y expresividad, al hilo de su proceso de maduración⁶²”.

Los adolescentes encuentran altamente consustancial con sus deseos de autoafirmación identitaria – que incluyen la búsqueda de su individualidad pero a su vez la identificación con el grupo – personalizar la adquisición del móvil con arreglo a sus deseos, prioridades, gustos, conocimiento, personalidad y estilos de vida del grupo. “Este fenómeno de búsqueda adolescente de diferenciación a través del móvil, como instrumento que alberga parte de lo íntimo (agenda, fotos, mensajes, etc.) se convierte en una expresión más de su propia personalidad, un reflejo del yo”⁶³.

En este contexto, el mercado con su infinidad de productos, que parecen quedar caducos al poco tiempo, reviste cada nuevo modelo con un halo de novedad, exclusividad y prestigio, progreso o acceso social⁶⁴, “se trata de un proceso de construcción de distinción e identidad social asociada al consumo”⁶⁵.

Así, el mercado resuelve de forma individual el afán de diferenciación de los adolescentes, pero la búsqueda de autoafirmación identitaria necesita además cierto grado de reconocimiento (de cualidades, conocimientos, actitudes, habilidades sociales, etc.) de quienes los rodean.

De esta manera, el móvil con sus nuevas utilidades, se convierte en una oportunidad más para realizar acciones de autoafirmación en el grupo: bromas, juegos, mensajes, videos, etc.), y proporciona ocasiones a los adolescentes para sentirse protagonistas y valorados por su entorno. El celular les permite grabar videos tipo testimonio que les vuelve protagonistas, reporteros, testigos o intérpretes de su propia película frente a los otros adolescentes.

⁶²María del Carmen García, *La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia: Análisis e Investigación Médica Aplicada*, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, Noviembre 2008, Pág. 47.

⁶³ *Ibíd*, 51.

⁶⁴ El declive de las fuentes tradicionales de construcción social del sentido en las sociedades postmodernas (familia, trabajo, religión, educación) y de sus valores concomitantes (fidelidad, esfuerzo, sacrificio, constancia, compromiso, disciplina) ha dado lugar a que la construcción de identidad del individuo moderno se realice en buena medida en el mercado a través de sus adquisiciones. De acuerdo a la tesis de Bauman, “los caminos para llegar a la propia identidad, a ocupar un lugar en la sociedad humana y a vivir una vida que se reconozca como significativa, exigen visitas diarias al mercado”

⁶⁵ Zygmunt Bauman, *Modernidad Líquida*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México DF, 2003, Pág. 48.

Para los adolescentes es habitual realizar estas grabaciones, lo preocupante es cuando éstas recogen situaciones humillantes o violentas, que producen dolor, vergüenza o sufrimiento a los protagonistas del video, que muchas veces son planificadas, compartidas y difundidas a través de las redes virtuales de comunicación como muy populares entre ellos.

En este contexto, sería interesante conocer si este problema reside en el uso inadecuado del móvil por parte de algunos adolescentes o en la ausencia de criterios éticos claros que guíen su comportamiento. Es decir, si es un problema puntual de algunos adolescentes que tratan de autoafirmarse a través de comportamientos violentos, donde el móvil es un instrumento al servicio de este comportamiento; o es un problema más complejo de falta de criterios éticos adecuados en las nuevas generaciones, educadas en una cultura de violencia, que los ha insensibilizado y los ha hecho tolerantes a este tipo de conducta, sea real o simulada.

Al ser el celular un símbolo de reconocimiento por parte del grupo de iguales, tener el mejor siempre supone diferenciación con el resto de amigos y compañeros. Es un instrumento que transmite información sobre su propietario a quien sitúa en situación de privilegio frente al grupo, como antes pudo haber sido tener un pantalón vaquero de una marca u otra; el móvil se ha convertido para los adolescentes en una seña de identidad que determina o puede determinar su posición en su grupo de iguales.

Al ser la adolescencia el período o edad decisiva para la creación de la red social y la renovación de sus grupos de referencia, y el teléfono móvil es para ellos un canal de comunicación privada libre de control paterno, abierto en todo momento (cualquier tiempo y lugar), que satisface sus necesidades de interacción con el otro (el adolescente existe socialmente al llamar y ser llamado, “mensajear” y ser “mensajead”, etc.) no solo es un valor funcional “estar comunicado”, sino un valor simbólico “soy alguien para el grupo del que me identifico”.

2.3 Adolescentes y Tecnología

Los adolescentes incorporan la tecnología en su vida cotidiana de manera rápida y natural. Sin embargo, “la intensa experiencia de socialización digital no sustituye al mundo palpable sino que cabalga sobre el mismo.”⁶⁶

Es decir, no dejan de estar conectados a la red aunque hayan interrumpido la conexión física, y no dejan de estar conectados con el mundo real, aunque estén físicamente conectados a la red, la forma de consumo es diferente.

Como se puede apreciar, “el consumo ha dejado de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural”⁶⁷ Para Bourdieu, “el consumo comporta símbolos, signos, ideas y valores, producto de los condicionamientos de clase y de los habitus”⁶⁸, siendo éstos los que poseen el papel principal en la configuración del gusto y de los diferentes sistemas clasificatorios que orientan las prácticas de consumo, un conjunto de prácticas culturales que sirven para establecer distinciones sociales.

Los adolescentes se apropian de ese dispositivo, a través de su valor simbólico los adolescentes interactúan, dan sentido a sus relaciones, y construyen sus identidades y diferencias. Este objeto, es utilizado por ellos para construir la percepción de otros y hacerse percibir por ellos.

Para Martín Barbero, el consumo cultural es “la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido.”⁶⁹

Desde la perspectiva de García Canclini, se puede definir al consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor

⁶⁶ Rosalia Winocur, *Robinson Crusoe ya tiene celular, la conexión como espacio de control de la incertidumbre*, 25.

⁶⁷ Don Slater, *Consumo, Cultura y Modernidad*, Editorial Office Polity Press, 2da. Edición, Cambridge, USA, Pág. 128.

⁶⁸ Pierre Bourdieu, *Cosas Dichas*, Editorial Gedisa, Barcelona – España., 2004, Pág. 134

⁶⁹ Jesús Martín Barbero “La idea del Consumo Cultural: Teoría, perspectivas y propuestas” citado por Marcelino Bisbal, En revista Comunicación Nro. 108, Centro Gumilla, Carácas – Venezuela, 1999, Pág. 32 – 39.

simbólico prevalece sobre los valores de uso o cambio o donde éstos últimos, al menos, se configuran subordinados a la dimensión simbólica”⁷⁰.

El valor simbólico del uso del móvil, así como sus muchas utilidades coloca a este aparato entre los medios preferidos de comunicación para los adolescentes; y esta dimensión simbólica del celular, en la sociedad actual implica distinción de clase.

De acuerdo al estudio del MINTEL⁷¹, el crecimiento en edad de la Generación Interactiva en el Ecuador amplía las posibilidades de un uso multifuncional del celular; es decir, la pequeña pantalla adquiere una nueva utilidad y se convierte en algo más que un teléfono, ya que permite:

- **Comunicación.** Como función principal: un 87% reconoce utilizarlo para llamar o recibir llamadas, el 74% suele enviar mensajes de texto y un 42% chatea a través del celular.
- **Contenidos.** Se define al celular como soporte de contenidos y no como herramienta comunicativa. Un 59% de los menores lo utilizan para escuchar música, sin diferencia de género. El 44% para ver fotos y vídeos, un 17% navega por Internet gracias a su celular y un 12% lo aprovecha para ver la televisión. Por último, el 23% lo aprovecha para realizar descargas de fotos, juegos, fondos, tonos, etc.
- **Ocio.** Es una actividad frecuente entre los chicos y sigue siendo función principal del celular, el 55% sigue aprovechando su celular para jugar.
- **Creación.** La constante innovación tecnológica permite dotar a los celulares de un mayor número de accesorios. De entre todas las novedades, la que más aprovechamiento tiene entre la Generación Interactiva es la posibilidad de realizar fotos: 34% o grabar vídeos: 43%. En términos generales, los chicos tienen mayor tendencia a la realización de vídeos con el celular mientras que en el caso de tomar instantáneas no existen diferencias en función del sexo.

⁷⁰ Néstor García Canclini, *La Globalización imaginada*, Editorial Paidós Ibérica, México, D. F., 1999, Pág. 34.

⁷¹ Xavier Bringué y Charo Sadaba, “La Generación Interactiva en Ecuador: Niños y Adolescentes ante las Pantallas”, *Consultoría para el Estudio e Investigación del Escenario en el que actúa la Generación Interactiva en los Centros Educativos del Ecuador*, 117.

- **Organización.** El celular sirve como reloj o despertador para cinco de cada diez de los menores. Un 39% afirma utilizarlo como agenda electrónica, quedando los chicos a la cabeza: el 40% frente al 38% de las chicas. Por último, algo menos de la mitad lo utiliza como calculadora.
- **Aplicaciones.** Dependiendo de la clase de celular, puede abrir campo a otras herramientas.

Es interesante observar todas las posibilidades de usos el celular, y las mejoras técnicas que estos aparatos han pasado con el tiempo, así como la evolución del grado de penetración de los celulares entre la Generación Interactiva del país.

El celular, en los últimos diez años ha sido la tecnología que más rápidamente ha alcanzado a un porcentaje significativo de la población y es un fenómeno que se replica tanto en países desarrollados como en regiones en vías de desarrollo. “Es llamativo que dos tercios de las líneas de telefonía celular en el mundo correspondan a los países en vías de desarrollo y que la tasa de crecimiento más alta sea la de África, donde un 41,4% de la población contaba con un celular en 2010”⁷².

En el caso de Ecuador, el 80,1% de los hogares ecuatorianos poseían un celular en 2010, lo que suponía un incremento del 10,2% respecto a 2008⁷³.

Es pertinente relacionar el consumo cultural a la construcción de identidades y diferencias, este proceso en el que los adolescentes se apropian y usan los objetos atendiendo a su valor simbólico y a través de éste interactúan, resignifican y asignan sentido a sus relaciones, el móvil pasa de ser simple objeto material a instrumento para construir la percepción de otros y de uno mismo, en un proceso en el que los sujetos construyen imágenes de sí mismos que desean proyectar, y, que al momento de interacción social permiten también la construcción de representaciones de los otros.

El uso del celular cambia según crecen los menores, adquieren nuevos gustos, nuevas prioridades y más autonomía. Sobre esta pantalla, una de las transiciones más

⁷² *Ibíd.*, 116

⁷³ Ministerio de Telecomunicaciones, MINTEL, “Estudio sobre posesión de nuevas tecnologías”, Pág. 14 <http://www.mintel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1377&catid=47> visitada el 15 de abril de 2014.

relevantes en su uso es el paso de la comunicación familiar a la comunicación social. Es así como “a las identidades se les atribuye un origen colectivo de acuerdo al sentido de pertenencia y reconocimiento que un individuo tiene respecto a su grupo, a una colectividad, o a su cultura”⁷⁴.

La identidad colectiva está ligada a la herencia cultural, en donde el lenguaje, literatura e historia, así como el espacio físico, la experiencia de vida, entre otros, intervienen en la formación de un nosotros colectivo.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, los referentes tradicionales de identidad se han modificado, debilitando las ideas de territorio, nación, memoria histórica, comunicación cara a cara, etc. y se ha modificando también la percepción de tiempo – espacio.

En este contexto, “las identidades y diferencias son representaciones socialmente construidas, por diversos actores que promueven sus representaciones”.⁷⁵ Entonces, las identidades deben ser pensadas como representaciones sociales dinámicas y complejas, que construyen y deconstruyen sus propias identidades.⁷⁶

Los adolescentes manejan de manera expedita las nuevas tecnologías: computadores, portátiles, tablets, ipods, mp4, etc.

El móvil, además de su funcionalidad, tamaño, facilidad de uso, transporte, etc., permite socializar estas representaciones sociales, en el contexto y posición propias del adolescente, facilita las prácticas comunicacionales e interacción entre ellos, sus identidades y diferencias.

⁷⁴ Maritza Montero, “Identidad, belleza y cultura popular”, en *Tradición y Modernidad*, Universidad Andina Simón Bolívar, Caracas – Venezuela, 2010, Pág. 10

⁷⁵ Daniel Mato, *Teoría y Política de la Construcción de identidades y diferencias en América Latina y el Caribe*, Editorial nueva sociedad, Primera Edición, 1994, Caracas – Venezuela. Pág. 16 - 17

⁷⁶ Daniel Mato. *Crítica de la Modernidad, Globalización y construcción de identidades*, Universidad Central de Venezuela, Consejo Central del Desarrollo Científico Humanístico, 1995, Caracas – Venezuela, Pág. 28

CAPÍTULO III

CONTEXTOS EDUCATIVOS ANALIZADOS

3.1 Colegio Manuela Cañizares

El Colegio Manuela Cañizares es un colegio mixto, ubicado en la zona de la Mariscal Sucre en Quito, es una institución fiscal (que corresponde a una Política de Estado, que tiene como objetivo fomentar una ciudadanía participativa y consciente de sus derechos y obligaciones). Se trata de un proceso de enseñanza y aprendizaje gratuito basado en tres ejes: formación en valores, construcción de la ciudadanía y cultura fiscal.

3.1.1 Antecedentes Históricos:

Hacia finales del siglo XIX y dentro de un intento de modernización del Estado, incentivado por el gobierno del presidente Gabriel García Moreno, quien gobernó Ecuador durante 15 años (1860-1875), hubo un incremento de la educación. Sin embargo, de la preocupación garciana por incentivar la educación en general y particularmente la femenina, la mujer seguía siendo vista como parte del espacio privado. Se la formaba como madre de familia, por lo que las materias impartidas en los centros educativos católicos y la mayor cantidad de horas de enseñanza estaban destinadas a la instrucción religiosa y a las labores de mano. De acuerdo al discurso oficial, el principal mérito y la importancia de estos colegios era que se enseñaba a las niñas a practicar “la virtud y las acostumbraban a cumplir los deberes domésticos con alegría y sin enfado, como les ha sido impuesto por la divina Providencia.”⁷⁷

En esa época era inconcebible que las mujeres tuvieran otro destino que el de prepararse como madres de familia. En el discurso oficial las tareas domésticas aparecen como naturales, como “propias de la naturaleza femenina”.

La cocina, el bordado y las actividades de la casa eran asignados netamente a la mujer, quien no necesitaba otra educación que la específica para desempeñar sus labores caseras. Con el pasar del tiempo, “en el contexto del liberalismo (1895-1912) la imagen de la mujer empieza a cambiar, concibiéndose su rol de manera distinta a épocas anteriores. La Educación Laica tuvo un papel importante en este sentido. La creación en 1901 del Instituto Normal Manuela Cañizares hizo posible que las mujeres de sectores

⁷⁷ Ana María Goetschel, *Educación e Imágenes de la Mujer en los años Treinta: Quito-Ecuador*, Instituto Francés de Estudios Andinos, 1999, versión digital, Pág. 3. <www.comunidadandina.org/bda/docs/IF-CA-0003.pdf> Visitada el 26 de junio del 2010

medios se gradúen de profesoras y se incorporen al Magisterio Nacional. El acceso más libre al cine, al teatro, al deporte permitió, además, cierta liberalización de las costumbres.”⁷⁸

Sus funciones como madre seguían siendo fundamentales, sobre todo como protección a la infancia, pero sus posibilidades de acción en la vida pública se ampliaron: se abrieron puestos de trabajo desempeñados por mujeres en la administración pública y en la educación, se incorporaron, además, a la manufactura y a la industria. Aparece además de la “mujer madre”, la “mujer obrera” y la “mujer profesional”.

3.1.2 Historia

Primer colegio laico fundado por Eloy Alfaro, el 14 de febrero de 1901. A sus inicios se llamó Escuela Normal de Señoritas y fue en 1911 que adoptó el nombre de Instituto Normal Manuela Cañizares, con el objetivo de rendir un homenaje a la vida de la mujer que participó en el primer Grito de la Independencia, en agosto de 1809.

El colegio, que empezó formando a mujeres para que se conviertan en maestras, funcionó en una casa antigua ubicada en la esquina entre las calles Vargas y Oriente. La casa, que era pequeña y tenía dos pisos, albergaba a una decena de estudiantes.

Ya en 1945 la institución contaba con cerca de 80 estudiantes. Fue por eso que años más tarde, el 31 de mayo de 1948, José María Velasco Ibarra hizo la entrega oficial del edificio donde actualmente funciona el centro educativo.

Desde ese año sus instalaciones están en la Av. 6 de Diciembre y Mariscal Foch, donde se forman 3.700 estudiantes.

En 1948 se creó el internado del Manuela Cañizares, con el afán de brindar un servicio más completo, especialmente para las alumnas de provincia.

Este internado fue conocido por la colectividad como “la villa” y tenía un comedor y cocina en el primer piso, y doce dormitorios. El tamaño de los cuartos

⁷⁸ Ibíd., 4.

variaba. En unos, había espacio para 12 estudiantes mientras que en otros, entraban hasta 24. A cada alumna se le asignaba una cama, un velador y una lámpara.”⁷⁹

Pero además de ser un albergue importante para la educación femenina, el internado fue un lugar donde se consolidaron importantes lazos de hermandad, pese a que se manejaban en base a reglas estrictas.

Fue creado como un plantel femenino, pero en 1991 abrió sus puertas a los hombres con el afán de educarlos para que exista igualdad de género y ellos tengan un pensamiento libre y democrático.

Desde marzo 2008 la “Unidad Educativa Experimental Manuela Cañizares” es un Colegio con Bachillerato Internacional (International Baccalaureate - IB); este programa educativo destinado a jóvenes de 16 a 19 años que se imparte generalmente en un curso de dos años y culmina con exámenes, constituye una excelente preparación para la universidad y la vida adulta, y goza de un amplio reconocimiento entre las principales universidades del mundo.

La misión del IB es crear un mundo mejor a través de una educación de calidad, excelencia y liderazgo pedagógico; logrando objetivos a través del trabajo en colaboración y haciendo participar activamente a todos quienes forman parte de la organización, particularmente a los docentes. En busca de una educación global donde el maestro sea un modelador activo, un facilitador que guíe la iniciativa de los estudiantes.

El Bachillerato Internacional “tiene como uno de los principales objetivos fomentamos el entendimiento y el respeto intercultural, no como alternativa al sentido de identidad cultural y nacional, sino como un aspecto esencial de la vida en el siglo actual. El Bachillerato Internacional tiene como meta formar jóvenes solidarios, informados y ávidos de conocimiento, capaces de contribuir a crear un mundo mejor y más pacífico, en el marco del entendimiento mutuo y el respeto intercultural”.⁸⁰

⁷⁹ “Manuela Cañizares incluye a la mujer”, El Hoy <<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/manuela-canizares-108-anos-instruyendo-a-la-mujer-338612.html>> visitada el 25 de junio del 2010

⁸⁰ “International Baccalaureate”, Centro Pedagógico en línea, Ibo.org, <<http://www.ibo.org/es/diploma/visitada>> el 26 de junio del 2010

3.1.3 Misión

La Unidad Educativa Experimental “Manuela Cañizares” es una institución fiscal y laica; orientada hacia la educación integral de la niñez y juventud en equidad de género, provistos/as de destrezas-capacidades-competencias y valores; aptos/as para la práctica de ciudadanía, el respeto a la pluriculturalidad, la educación superior y el mundo del trabajo.

3.1.4 Visión

La Unidad Educativa Experimental “Manuela Cañizares” en los próximos 6 años formará niños, niñas y jóvenes, capaces de utilizar sus destrezas-capacidades-competencias, conocimientos, valores y actitudes en la construcción de su proyecto de vida para lograr el cambio personal y social.

3.1.5 Objetivos

3.1.5.1 Objetivo general

Educar a la niñez y juventud en la diversidad cultural, con capacidad de liderazgo y libertad, sólidos principios ético y morales para que utilicen sus saberes en la construcción de su proyecto de vida.

3.1.5.2 Objetivos específicos

Desarrollar y potenciar en los/as estudiantes destrezas-capacidades-competencias, valores y actitudes mediante la aplicación de un modelo pedagógico que se fundamenta en el paradigma socio-cognitivo.

Lograr la inserción social y productiva de los/as estudiantes a través de convenios interinstitucionales para abrir nuevas alternativas de habilitación ocupacional.

Fomentar en los/as estudiantes el desarrollo de operaciones intelectuales a través de la investigación científica y la comprensión lectora como herramientas para la construcción del conocimiento.

Lograr la participación permanente del padre y/o madre de familia en las actividades institucionales que contribuyan al proceso formativo de sus hijos/as.

3.1.6 Número de estudiantes

En la Unidad Educativa Manuela Cañizares, existe el nivel básico superior y bachillerato (8vo a 10mo y tres cursos de bachillerato). El total de alumnos de 8vo a 3ro de Bachillerato es de 2.856, ubicados en cursos de 45 a 50 estudiantes cada uno. De este total, 1.403 cursan el Bachillerato General Unificado (BGU).

Esta unidad educativa, con el propósito de ofrecer una formación académica de alto nivel a los estudiantes destacados que concurren a las instituciones educativas públicas, fue autorizada por el Ministerio de Educación para ofrecer el Programa denominado “Bachillerato Internacional” a partir del 28 de marzo de 2008, iniciando en el año lectivo 2008-2009.

3.2 Colegio Marista Borja 3 – Cavanis

El Colegio Marista es un colegio mixto, ubicado en la zona norte de Quito, es una institución particular o privada, es decir que no es subvencionado por el Estado, pero si bajo sus políticas educativas.

En este sentido, los estudiantes del colegio Marista, pagan una pensión para estudiar en esta institución.

3.2.1 Antecedentes Históricos:

Ésta es una Institución educativa, particular, católica, fundada en 1957 por el Reverendo Monseñor Dr. Luis Ernesto Tapia Viteri, sacerdote diocesano, actualmente miembro del Venerable Cabildo Primado de Quito, el cual quiso donarla a la presente Congregación religiosa de educadores, lo que se dio oficialmente en 1995. Esta donación, bajo la complacencia del difunto Cardenal González Zumárraga, fue llevada a cabo con la precisa finalidad de garantizar la continuidad y, en lo posible, el perfeccionamiento de la obra de su Fundador. ¡Eterna gratitud de la Congregación de los Padres Cavanis a su munífico bienhechor!

Fundada en 1534, la Compañía de Jesús no tardó en llegar a América y a la Presidencia de Quito. Pero recién en 1638 se fundó un Colegio jesuita en Cuenca, después de muchos años de solicitudes.

El Colegio de Cuenca se erigió con donativos de los notables de la ciudad junto a la Plaza Mayor (hoy, Parque Calderón). Sus fundadores fueron los PP. Cristóbal de

Acuña (primer Rector) y Francisco de Figueroa. El Colegio funcionó hasta 1767, año en que se produjo la expulsión de los Jesuitas, de todos los territorios españoles, decretada por el Rey Carlos III.

3.2.2 Misión

Ser una comunidad de educadores y educadoras ignacianas, jesuitas y laicos trabajando dentro de la Unidad Educativa Borja. Para educar y evangelizar a la gran familia Borja, formando líderes ignacianos con excelencia integral, al servicio de los demás y comprometidos con el momento histórico de nuestra Patria

Contamos con el amor de Dios, la protección de la Madre Dolorosa, el legado espiritual de San Ignacio de Loyola, la experiencia educativa de más de cuatrocientos cincuenta años de la Compañía de Jesús en el mundo, la experiencia educativa en la historia de la Unidad Educativa Borja, el apoyo de la Red de Colegios y Unidades Educativas de la Compañía de Jesús en Ecuador, y el aporte de un personal cualificado y comprometido.

3.2.3 Visión

La Unidad Educativa Borja, bajo la protección de la Madre Dolorosa, a través de la educación y la evangelización, pretende formar personas para los demás, que sean actores de transformación social, teniendo en cuenta los principios humanos y cristianos (fe y justicia).

3.2.4 Valores

Amor, en un mundo egoísta e indiferente

Justicia, frente a tantas formas de injusticia y exclusión

Paz, en oposición a la violencia.

Honestidad, frente a la corrupción.

Solidaridad, en oposición al individualismo y a la competencia

Contemplación y gratuidad, en oposición al pragmatismo y al utilitarismo

Identidad nacional, en oposición al allanamiento cultural.

Excelencia, en oposición a la mediocridad y el conformismo.

Diálogo abierto y respetuoso en oposición al egoísmo y al autoritarismo

3.2.5 Perfil del Estudiante

En el proceso de Formación Integral, la Unidad Educativa Borja trabaja para que sus estudiantes desarrollen en conjunto las dimensiones ética, espiritual, cognitiva, comunicativa, afectiva, estética, corporal y socio – política.

3.2.6 Número de estudiantes

Esta institución educativa posee el nivel básico superior (8vo, 9no y 10mo) y Bachillerato (1ro, 2do y 3er nivel) en una de sus instalaciones ubicada en El Inca, donde existe un total de 720 estudiantes, que sumados a los alumnos de los niveles inicial a 7mo de básica, de la Escuela Marista Borja 2 ubicada en otra instalación (calle 9 de octubre y Veintimilla), comprende un total de 1.680 estudiantes.

De los 720 alumnos del colegio, 360 pertenecen al Bachillerato General Unificado (grupo objetivo para este estudio).

3.3 Población estudiantil en Ecuador

3.3.1 Tasa bruta de matrícula por nivel Educativo

La tasa bruta, es el total de estudiantes matriculados en un determinado nivel sin importar su edad, expresado como un porcentaje del total de la población en edad preferente para asistir a dicho nivel, en un determinado período y toma.⁸¹ En el Ecuador, la tasa bruta de matrícula en el año 2011 -2012 reflejaba los siguientes porcentajes:

⁸¹ Ministerio de Educación Ecuador: Indicadores Educativos 2011- 2012, Pág. 22 <http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Indicadores_Educativos_10-2013_DNAIE.pdf> visitada el 01 de noviembre de 2014

Tabla 1: Tasa bruta de matrícula 2011-2012

Nivel	Matriculados educ. Escolarizada ordinaria	Matriculados educ. Escolarizada extraordinaria	Total matriculados	Población en edad preferente a 2012	Tasa bruta de matrícula (porcentaje)
Inicial	155.726	–	155.726	677.625	23,0%
General Básico	3295654	155.081	3450735	3242.504	106,4%
Bachillerato	672.530	84.988	757.518	898.054	84,4%

Fuente: AMIE-MinEduc⁸²

3.3.2 Tasa neta de matrícula por nivel Educativo

La tasa neta es el total de estudiantes matriculados, pero solo aquellos que están en el rango de edad preferente de un determinado nivel educativo en relación a la población total de ese mismo rango de edad, en un determinado período anual. Este indicador representa la cobertura por grupo de edad por nivel educativo.

⁸² *Ibíd.*, 23

Tabla 2: Tasa neta de matrícula 2011-2012

Nivel	Grupo etario	Matriculados educación escolarizada ordinaria	Matriculados educación escolarizada extraordinaria	Total matriculados por edad	Población a 2012	Tasa neta de matrícula (porcentaje)
Educación Inicial	3 - 4 años	134.800	-	134.800	677.625	19,9%
Educación General Básica	5 - 14 años	3'055.778	61.566	3'117.344	3'242.504	96,1%
Bachillerato	15 - 17 años	485.226	24.439	509.665	898.054	56,8%

Fuente: AMIE-MinEduc⁸³

3.3.3 Tasa de abandono

Es el porcentaje de estudiantes que abandonan un determinado nivel o año/grado/curso, contabilizados al final de un período escolar determinado.

Tabla 3: Tasa de abandono por nivel 2011-2012

Nivel	Estudiantes que abandonan el nivel			Estudiantes matriculados	Porcentaje de abandono de estudiantes
	Educ. Escolarizada ordinaria	Educ. Escolarizada extraordinaria	Total de estudiantes		
General Básico	158.391	27.195	185.586	3'450.735	5,4%
Bachillerato	39.684	11.536	51.220	757.518	6,8%

Fuente: AMIE-MinEduc⁸⁴

⁸³ *Ibíd.*, 25 y 26

⁸⁴ *Ibíd.*, 37

CAPÍTULO IV

ADOLESCENTES Y CELULAR: ANÁLISIS DE CASOS

La influencia que van adquiriendo las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de niñas, niños y adolescentes se refleja en el aumento en la adquisición y uso de aparatos tecnológicos: tablets, computadores portátiles, iPhones, teléfonos móviles, etc. En este contexto, el uso del teléfono celular es actualmente una práctica habitual entre este colectivo.

4.1 Estadísticas sobre telefonía móvil en Ecuador

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el año 2013:

- El 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular; es decir 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010.
- El 51,3% de la población (de 5 años y más) tiene por lo menos un celular activado; es decir 8,5 puntos más que lo registrado en el 2010. En el área urbana el 57,1% de la población tiene celular; y en el área rural el 39,20%.
- El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 25 y 34 años con el 76,5%, seguido de los de 35 a 44 años con el 76,0%.
- La provincia con mayor porcentaje de personas que tienen celular activado es Pichincha con el 60,9%, seguida de Guayas con el 54,2%. Mientras que Chimborazo con el 37,4% es la de menor porcentaje.
- El 16,9% de las personas que posee un celular tiene un teléfono inteligente (SMARTPHONE), frente al 8,4% del 2011, es decir 8,5 puntos más.
- El 20,0% de las personas en el Ecuador son analfabetas digitales, 9,2 puntos menos que en el 2010 (Se considera analfabeto digital a una persona cuando simultáneamente: No tiene celular activado; En los últimos 12 meses no ha utilizado computadora; y en los últimos 12 meses no ha utilizado internet)⁸⁵.

⁸⁵ Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). “Encuesta de tenencia de celulares 2010 – 2013”. <www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf> Visitado el 17 de septiembre de 2014

- 1`081.620 personas utilizan redes sociales en el Ecuador, a través de su celular.⁸⁶
- A nivel nacional en el 2012, los hogares gastan mensualmente en promedio \$74,10 dólares en telefonía celular. En este período algún miembro del hogar compraron, tomaron de su negocio, recibieron como regalo o como parte de su trabajo (Teléfono celular, Compra de tarjetas de prepago de celular, Recargas electrónicas a teléfonos celulares, Gasto de tarifa mensual de celular – pago de planes).⁸⁷

4.2 Otras Estadísticas

- El 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil, 9,1 puntos más que lo registrado en 2010. Mientras el 27,5% de los hogares tiene computadora de escritorio, 3,5 puntos más que en 2010.
- El 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010.
- El 28,3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 16,5 puntos más que en el 2010. En el área urbana el crecimiento es de 20,3 puntos, mientras que en la rural de 7,8 puntos.
- El 28,3% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 43,7% accede a través de modem o teléfono, 9,8 puntos menos que en 2012⁸⁸.

4.3 Enfoque de la Investigación

4.3.1 Metodología

La investigación aplicó la metodología cuantitativa a través del diseño, validación y aplicación de una encuesta con preguntas estructuradas.

⁸⁶ “Smartphones en Ecuador”, Cobertura digital. <http://www.cobeturadigital.com/2014/05/20/smartphones-en-ecuador-acceso-se-duplico-en-2-anos/> visitada el 17 de septiembre del 2014

⁸⁷ Ministerio de Telecomunicaciones, MINTEL, “Estadísticas sobre telefonía móvil”. <http://www.observatoriotic.mintel.gob.ec/images/varios/Noticias/Reportes/Servicios_Telefonia_Movil_04_09_2014.pdf> visitada el 01 de noviembre de 2014

⁸⁸ INEC. Encuesta de tenencia de celulares 2010 – 2013. www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf, Visitado el 17 de octubre de 2014

Decidimos estudiar a los alumnos del Bachillerato General Unificado (BGU), con el afán de minimizar los errores de comprensión del cuestionario y homogeneizar la muestra.

El muestreo elegido se realizó en grupos de clase, con alumnos de diferentes especializaciones, hombres y mujeres, cuyas edades oscilan entre los 15 y 19 años. Esta variabilidad se explica dado que en el período en que se aplicó el cuestionario (abril – junio) algunos alumnos aún no cumplen años, por lo que son más pequeños que sus compañeros y otros, son alumnos repetidos, por ende son mayores.

Las encuestas se aplicaron con el propósito de obtener información sobre el acceso, uso, consumo del móvil y prácticas comunicacionales en adolescentes, así como, sus interacciones con los integrantes de los grupos de socialización más próximos. Se realizaron a los estudiantes de 1ro a 3er curso de bachillerato de cada uno de los colegios muestra, en base a 20 preguntas estructuradas. Estas encuestas fueron efectuadas a las 09:30 AM, no se estableció tiempo para ser llenadas, sin embargo, tomaron entre 20 a 30 minutos en entregarla.

Se realizó además dos grupos focales en cada uno de los colegios muestra (cuatro en total), para comprender y explicar datos relevantes a nivel cualitativo. Estos grupos focales estuvieron compuestos por 25 estudiantes de 1ro a 3er curso de bachillerato de los colegios muestra, se realizaron en el patio del colegio a las 10:00 AM y tuvieron una duración de entre 60 y 120 minutos.

Las preguntas se encontraban relacionadas con los cuatro indicadores antes mencionados, así mismo, al inicio del ejercicio se explicó a los estudiantes la necesidad del conocimiento y entendimiento del “rol de la telefonía móvil en la construcción de las relaciones personales e identidad de los adolescentes” como objetivo de este trabajo, de tal manera, la confrontación de puntos de vista de los integrantes del grupo focal, permitió fortalecer posturas respecto a los planteamientos e indicadores.

Tanto para realizar la encuesta como los grupos focales, se consideró los mismos criterios de elegibilidad, en base a categorías etarias, étnicas o multiculturales, de género, y aspecto socio-económico, los datos obtenidos se procesaron en una base en Excel.

La observación de los participantes fue una técnica eje de esta investigación. A través de la misma y el diálogo con los adolescentes, nos adentrarnos en las situaciones sociales, elementos y procesos que intervienen en el actuar de los adolescentes.

Las preguntas de la encuesta, así como la dinámica de los grupos focales giraron en torno a los siguientes indicadores:

Tabla 4: Indicadores de investigación

1. Usos sociales	<p>a) Apropiación: posesión, tiempo y horas de uso, razones y objetivos de uso, manejo de esta tecnología, tipo de celular preferido.</p> <p>b) Usos: maneras de uso, prácticas del celular, opciones además de llamar y enviar mensajes</p>
2. Consumo Cultural	<p>a) quién y qué consume</p> <p>b) producción de sentidos y resignificaciones</p>
3. Construcción de la identidad	maneras de expresión a través del celular, sentimientos sobre si y sobre el grupo, ubicación de si en el conjunto y en el contexto, relaciones
4. Adolescentes	<p>a) Edad</p> <p>b) Actitudes: comportamiento, madurez alcanzada.</p>

Fuente: elaboración propia.

La encuesta estuvo constituida por veinte preguntas (ver anexos), las mismas que sirvieron de base para la dinámica de los grupos focales.

4.3.2 Nivel de Confianza y Margen de error

Bajo los supuestos de aleatoriedad, podemos inferir los niveles de confianza y margen de error, a partir de la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z_a^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N-1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

$$d^2(N-1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q$$

dónde:

N = total de la población (1.403 alumnos en el Bachillerato General Unificado del Colegio Manuela Cañizares y 756 del Colegio Marista)

Z_a = Seguridad 95% (1,96)

p = proporción esperada (5% = 0,05)

q = 1 - p (1 - 0,05 = 0,95)

d = precisión (5% = 0,05)

entonces:

$$n = \frac{1.403 \cdot 1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95}{0,05^2(1403-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,95} = 302 \text{ del colegio Manuela Cañizares}$$

$$0,05^2(1403-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,95$$

$$n = \frac{360 \cdot 1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95}{0,05^2(756-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,95} = 187 \text{ del colegio Marista}$$

$$0,05^2(756-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,95$$

4.4 Recopilación de información

4.4.1 Encuesta

4.4.1.1 Indicador Usos Sociales

Tabla 5: Edad de posesión de primer teléfono móvil

Edad	Porcentaje
14 años o antes	88%
15 años en adelante	12%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 88% de los estudiantes tiene o ha tenido celular antes de los 14 años, recibido como regalo de buen comportamiento, cumpleaños, navidad, otra festividad; mientras el 12% lo tiene desde los 15 años (los padres consideran una buena edad para manejar con responsabilidad el móvil). Los motivos de compra siguen siendo como objeto de buen comportamiento u obsequio (respuestas del grupo focal).

Tabla 6: Tiempo uso de teléfono móvil

Tiempo	Porcentaje
Más de 11 horas	73%
De 8 a 11 horas	15%
De 5 a 8 horas	8%
De 2 a 5 horas	4%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 73% de los encuestados utiliza su teléfono celular más de 11 horas diarias, afirman estar conectados siempre inclusive amanecen chateando, jugando o escuchando música; el 15% de los encuestados permanece conectado de 8 a 11 horas diarias, afirman estar pendientes de mensajes e internet, revisar su móvil en cada momento, pero no se encuentran conectados todo el tiempo; el 8% usan su teléfono móvil de 5 a 8 horas porque sus padres les ponen horario para este uso (después del colegio, después de la tarea y antes de dormir) pero sienten que es muy poco tiempo y se sienten molestos con sus progenitores, a veces sin que ellos lo sepan, ingresan a internet o al chat; el 4% utiliza su celular de 2 a 5 horas, son los encuestados más jóvenes, para los que la utilización del móvil es un privilegio concedido por sus padres ya sea por un buen comportamiento o por realizar tareas en el hogar, estos afirmaron sentirse incomprendidos, la tecnología para ellos es un privilegio que pueden usar solamente en ciertos casos, esperan cumplir más edad y manejar el móvil durante más tiempo.

Tabla 7: Usos que se da al teléfono celular

Usos	Porcentaje
Llamadas	13%
Mensajes	18%
Cámara de fotos	17%
Internet	22%
Despertador	4%
Filmadora	21%
Linterna	2%
Otro	3%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

En orden descendente, los usos del móvil más comunes son: 22% internet “podemos ver programas de tv, escuchar música on line, acceder a juegos, revisar nuestro email, redes sociales, buscar información en Google, novedades, todo, y sin necesidad de pedir permiso”; el 21% como filmadora; 18% mensajes (sean sms, Whatsapp, line, mensajes electrónicos, etc.), “es chévere cuando llega un mensaje, estás haciendo lo que sea ya te conecta a la vida”; 17% como cámara de fotos (para tomar fotos de donde estas, con quien, qué haces, a donde viajas “y luego lo cuelgas a Facebook, cosas que reflejen lo que haces para que todos lo sepan”, 13% llamadas, “preferimos más mensajes y menos tiempo de llamadas, es mejor chatear, los que nos llaman siempre son nuestros papás”, 11% como cámara filmadora, “ hay cosas que deben quedar registradas, si son muy graciosas además deben estar en las redes sociales”; 4% despertador (son los padres los que se encargan de hacerles levantar para ir al colegio), 2% lo usan como linterna y el 3% restante lo utiliza además como radio, televisión, cronómetro, calculadora, temporizador, etc.

Tabla 8: Periodicidad con la que se apaga el celular

Periodicidad	Porcentaje
Nunca	87%
A veces	10%
Siempre	3%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 87% afirma que nunca, incluso cuando les piden que lo apaguen solamente lo colocan en silencio o en modo avión y listo, cuando son castigados y se les retira el dispositivo, los padres lo apagan pero ellos nunca; el 10% lo apaga a veces, si les piden que lo apaguen o cuando van al cine, están en exámenes o en cita con doctores, pero lo encienden enseguida; el 3% lo apaga siempre que necesita descansar “de verdad” a veces a la madrugada, o mientras están en la escuela y no es recreo.

Tabla 9: Motivos para apagar el celular

Motivos	Porcentaje
Orden de mis padres	43%
Para tomar un respiro	5%
Para dormir	2%
Si se acaba la batería	5%
Si lo exigen en el colegio	36%
Nunca lo apago	9%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 43% apaga el móvil siguiendo una orden de sus padres, no por iniciativa propia; el 36% lo apaga por exigencias de profesores o de la institución a la que pertenece, el 9% no lo apaga nunca, al menos hacen todo lo posible porque no lo apaguen ni sus progenitores; el 5% no lo apaga, pero olvida de cargarlo y se apaga por falta de batería; otro 5% lo apaga cuando se siente ahogado, para tomar un respiro y

oxigenarse; el 2% para poder dormir tranquilo, sin ruidos de mensajes llegando o tentación de revisar las redes a cada rato.

Tabla 10: Porcentaje de búsqueda de mensajes y otras formas de conexión

Acción	Porcentaje
A veces	10%
Siempre	90%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 90 % de los encuestados revisa el teléfono celular cada momento en busca de nuevos mensajes o algo; el 10% revisa pero solo cuando suena o cuando ya ha pasado mucho tiempo sin recibir nada.

Tabla 11: Actividades relacionadas con el móvil en los recreos

Actividad	Porcentaje
Chatear con amigos	28%
Revisar redes sociales	23%
Tomar fotos	15%
Escuchar música	12%
Graba videos	9%
Ver videos	9%
Otras actividades	4%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

Entre las actividades que realizan los adolescentes en el recreo, en orden descendente tenemos: el 28% chatean con otros amigos; el 23% revisan las redes sociales, el 15% toman fotos; el 12% escuchan música; el 9% graban videos, el otro 9% ven videos; el 4% restante lo usa para otras actividades.

Tabla 12: Es mayor el tiempo que dedica al uso del celular que a la convivencia familiar

Respuesta	Porcentaje
Si	59%
A veces	26%
No	15%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 59% dedica más tiempo al celular que a la convivencia familiar o la combina, “mientras se está en reuniones familiares, se está conectado y revisando el celular con cualquiera de sus aplicaciones”; el 26% dice que solo a veces dedica más tiempo a este dispositivo que a la convivencia familiar, “no todos los días son iguales, hay días para los amigos y días para la familia”; el 15 % afirma no dedicar más tiempo al celular que a la convivencia familiar.

4.4.1.2 Indicador Consumo Cultural

Tabla 13: Celular más popular entre los estudiantes

Tipo	Porcentaje
De última generación	32%
Centro de entretenimiento	30%
Pantalla táctil	23%
Modelo funcional moderno	15%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

EL 32% prefiere un teléfono de última generación; El 30% prefiere un teléfono con capacidad de ser centro de entretenimiento; el 23% con pantalla táctil; el 15% un modelo funcional moderno;

Tabla 14: Expresa lo que no se atreve cara a cara a través del móvil

Respuesta	Porcentaje
Siempre	52%
Frecuentemente	25%
De vez en cuando	20%
Nunca	3%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 52% de los encuestados afirma expresar a través de mensajes llamadas u otras opciones del móvil emociones y criterios que no se atrevería cara a cara, “es más fácil escribir lo que se siente y ya se dice las cosas sin necesidad de ver la cara que pone el otro o sin necesidad de prepararse para su reacción”; el 25% responde que también lo hace frecuentemente; seguido del 20% que afirma haberlo realizado de vez en cuando, “en situaciones específicas”; frente al 3% que niega haber usado esta opción.

Tabla 15: El teléfono móvil le facilita socializar con personas de su edad

Respuesta	Porcentaje
Siempre	65%
A veces	34%
Nunca	7%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 65% afirma que siempre es más fácil socializar con personas contemporáneas mediante el móvil, “le escribes y generalmente siempre responden, después de un tiempo chateando ya nos hacemos amigos aunque no la hayamos visto, luego le agregas al Facebook y ya”; al 34% a veces le resulta más fácil socializar utilizando el celular que en persona, pues “a veces es complicado conseguir el número y otras no contestan”; para el 7% nunca ha sido más fácil socializar mediante el celular, “me congeló y pienso y si dice esto, o lo otro y mejor ya no me contacto”.

Tabla 16: Chatear es más interesante que conversar con amigos

Opinión	Porcentaje
De acuerdo	10%
Indeciso	23%
En desacuerdo	67%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 67% está en desacuerdo en que es más interesante chatear que conversar con amigos; el 23% se muestra indeciso, “depende de con quien chatees... ja ja ja”, el 9% está de acuerdo con esa premisa.

4.4.1.3 Indicador Construcción de Identidad

Tabla 17: Cuando olvida el celular regresa a llevarlo

Respuesta	Porcentaje
Siempre	78%
A veces	18%
Nunca	4%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 78 % de los encuestados ha regresado a su casa a traer el celular cuando se ha olvidado; el 18% a veces “dependiendo si voy a demorar o no y lo que voy a hacer fuera de casa”; el 4% no regresa.

Tabla 18: Sentimientos cuando olvida el móvil

Sentimiento	Porcentaje
Ansiedad	53%
Desesperación	26%

Soledad	17%
Nada	4%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El sentimiento de ansiedad se presenta en un 53% de adolescentes cuando olvidan su móvil, “es como si me faltara algo sin lo cual es imposible estar y me da angustia sobre quien podría mensajear, y que lo que me pierdo si no tengo el celu en un largo tiempo⁸⁹”; el 17% genera un sentimiento de soledad cuando no tiene su teléfono celular cerca, “parece que estuviera solo con mi familia y sin nadie más⁹⁰” el 26% siente desesperación, una inquietud que no se pasa hasta recuperar el móvil; el 4% sabe que olvidó el móvil, pero no siente que deba ser un motivo de desesperación, ya pronto regresa y revisa todo en el teléfono.

Tabla 19: El celular es parte de su imagen personal

Valoración	Porcentaje
De acuerdo	66%
Indeciso	15%
En desacuerdo	9%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 66% está de acuerdo en que el teléfono celular forma parte de su imagen, “por eso debe ser un móvil acorde a la personalidad de uno”; el 15% se muestran indecisos, dicen no haberlo visto así nunca, mientras que el 9% se encuentran en desacuerdo.

⁸⁹ Kevin Cruz, comunicación personal, mayo 2014

⁹⁰ Karina Villacrés, comunicación personal, mayo 2014

Tabla 20: Sentimientos que genera no participar en un chat con amigos

Sentimiento	Porcentaje
Aislado	71%
Tranquilo	29%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 71% se siente aislado; el 29% se siente tranquilo.

4.4.1.4 Indicador Adolescentes

Tabla 21: Teléfono celular afecta a su privacidad

Respuesta	Porcentaje
Si	34%
No	66%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 66% considera que el celular no afecta para nada a su privacidad; frente al 34% que afirma que si afecta.

Tabla 22: Sentimientos que genera recibir llamadas de sus padres

Sentimiento	Porcentaje
Que me controlan	35%
Que me molestan	31%
Que me quieren	18%
Nada	16%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 35% de los encuestados sienten que sus padres les contralan cuando les llaman por celular, “siempre quieren saber dónde, con quien estoy y cuando regreso”, el 31% siente que le molestan, el 18% que le quieren y por eso se preocupan y el 16% no tienen ninguna sensación al respecto, “los padres llaman como llama todo el mundo que es de otra generación”.

Tabla 23: Declararse o que se declaren románticamente mediante el celular es una práctica común

Respuesta	Porcentaje
Común	58%
No es común	31%
A Veces	11%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

Para el 58% es común declararse o recibir declaración mediante el celular; el 31% afirma que esta práctica no es común para ellos; mientras que el 11% a veces a intervenido en esta práctica mediante el móvil.

Tabla 24: Pasar una semana o más tiempo sin teléfono celular es una opción

Respuesta	Porcentaje
Si	6%
No	74%
No sabe	20%

Fuente: Elaboración propia, resultado de encuesta colegios muestra.

El 74% dieron un no rotundo a esta opción, afirmando que es imposible, que es demasiado tiempo; el 20% no sabe si lograría pasar sin el teléfono pero no les molesta la opción de intentarlo; el 6% afirmó que si podría pasar sin el móvil sin ningún problema.

4.5 Información obtenida

De los grupos focales, se obtuvo la siguiente información:

Entre los usos comunes del celular está organizar actividades, realizar planes, saber sobre amigos y familiares, conversar o chatear con amigos, el avisar que llegan tarde o que no llegan, bajarse aplicaciones, revisar redes sociales.

El promedio de mensajes enviados y recibidos, son entre 50 y 100 mensajes diarios, más mediante Whatsapp u otra aplicación que permite chatear de forma gratuita.

Entre las razones para tener un teléfono celular figuran la facilidad de comunicación a cualquier hora y de manera inmediata, la seguridad que éste brinda, contar con más autonomía e independencia, que es una tecnología de fácil acceso y manejo.

Los estudiantes dicen que personalizan sus móviles para que estén acorde con su personalidad, colocan adornos, estuches, colgantes, tonos, etc. que sean de su agrado.

Afirman tener gran facilidad para el manejo del dispositivo móvil, una de las características que lo hacen necesario es la inmediatez con la que opera.

Otra afirmación que surge del grupo focal es que su atención si se ve modificada por el celular.

4.6 Discusión de los resultados

4.6.1 Edad de apropiación del móvil

El porcentaje de estudiantes que ha tenido o tiene celular antes de los 14 años es alto, lo que demuestra que la adopción de este dispositivo se ha convertido en una prioridad, se podría decir que el móvil es un artículo más de la mochila escolar.

4.4.2 Grupo Focal

4.4.2.1 Descripción

Nro. de grupos focales 4.

Nro. de participantes: 25 estudiantes

Cursos: de 1ro a 3ro de bachillerato de los colegios muestra.

Lugar: Patio del colegio

Hora: 10:00 AM.

Duración: entre 60 y 120 minutos

Foco de trabajo: conocimiento y entendimientos “rol de la telefonía móvil en la construcción de las relaciones personales e identidad de los adolescentes”

4.4.2.2 Guía para el desarrollo del Grupo Focal

Respetar tiempo para que los participantes desarrollen cada tema

Escuchar y utilizar la información que está siendo entregada.

Permitir y promover la participación de todos.

Registro de la información.

4.4.2.3 Orden del Grupo Focal

I. INICIO

Describir lo que constituye un grupo focal, explicar el objetivo de la reunión y el procedimiento a seguir con esta herramienta.

Presentación de cada participante

II. PREGUNTAS

4.4.2.3.1 Indicador Usos Sociales

¿Tienen teléfono móvil?

Las respuestas inmediatas fueron “de ley” “claro” “quien no tiene celular hoy” Aunque luego acotaron frases como “medio maltratado pero tengo” “no me dejan usar, pero es mío” “Yo no tengo, pero porque se me cayó y dañó y no me compran hasta que aprenda a cuidar las cosas”. “A mí me robaron”

- El 97% de los estudiantes poseen celular al momento.

¿Cuántos celulares han tenido en el último año? ¿Por qué lo cambiaron?

“un montón/por cambiar de modelo y tener mejores aplicaciones”

“El mismo del año anterior, mis papás no me quieren comprar otro”

“Solo dos, es que se me perdió el primero”

- Lo que llama la atención es la normalidad con la que los adolescentes suponen el cambio de celular.

¿Recuerdan la primera vez que usaron un teléfono celular? A qué edad fue?

“yo usaba el de mi tío, a los 8 años ya jugaba en el celular” “yo el de mis papás como a esa misma edad” “mi mamá me daba su teléfono mientras ella estaba ocupada desde los 4 años creo”

¿Y su propio celular?

“Me regalaron por mi cumpleaños N#13”

“Me compraron por tener buenas calificaciones cuando tenía 12”

“A mí me dejaban usar el de ellos (papás) y les pedí que me compraran uno pero full chévere en mis 15”

- El 75% de adolescentes ya habían tenido contacto con el teléfono móvil a partir de los 4 años más o menos

- El 10% ha tenido su propio móvil desde los 12 años, el otro 10% desde los 13, el 20% desde los 14 y el 60% desde los 15.

¿Para qué cosas además de hablar, utilizan el teléfono celular?

“Para todo”

- Para chatear, bajar aplicaciones
- Para tomar fotos, grabar videos
- Para escuchar música, recibir y enviar videos
- Para revisar el mail y el facebook

- Para despertarme en la mañana
- Como linterna
- Para hacer bromas

4.4.2.3.2 Indicador Consumo cultural

¿Qué características son determinantes para que se decidan por un modelo u otro?

“que este a la moda” “que me sirva para todo” “que sea pequeño”

¿Considera el teléfono móvil un artículo indispensable para relacionarse con otros adolescentes?

“siiiii” “de ley”

¿Con quién se comunica más a través del móvil?

“con mis amigos mensajeamos y chateamos, tomamos fotos y descargamos musiquita, videos graciosos” “mis papis me llaman por teléfono, también tomamos fotos”

4.4.2.3.3 Indicador Construcción de identidad

¿Para qué ponen calcomanías, adornos, estuches o colgantes en su teléfono móvil?

“Para que se vea bonito” “porque así todos saben que es tuyo” “para reconocerle” “para diferenciarle”

- Las chicas colocan más adornos en el móvil que los varones; ellos llenan sus celulares con más aplicaciones que las chicas.

¿Identifican el teléfono móvil de un compañero solo mirándolo? O de qué manera?

“si, también con el sonido” “claro, por los adornos que tiene”

- Los chicos y chicas de un grupo (aproximadamente de 8 a 12 personas) reconoce el celular de su amigo solo mirándolo.

¿Se identifican unos con otros mediante el teléfono celular? ¿De qué manera?

“si, todo nuestro grupo le pone stikers brillosos” “nosotros bajamos juegos, los mismos y competimos” “nosotros le adornamos con lo que queremos, cada uno con algo diferente”

- Se reconocen como individuos a través de las diferencias de su teléfono móvil el mismo que les permite estar en grupo.

¿Cambian su móvil con frecuencia? En base a qué?

“salen nuevos modelos y eso llama la atención” “por estar a la moda”, pero a veces nuestros padre no les interesa eso y no nos compran nuevos.

¿Consideran que para sus relaciones interpersonales es necesario el teléfono móvil?

“Si, para salir a algún lado, mensajes cuando aún no llegas o si ya vas... sino no saben si vas”, “te despides y puedes mensajear a tu novio a ver si ya llegas...” “puedes hablar en la noche, cuando ya no puedes usar el teléfono de la casa (por la hora... risas) con amigos o enamorado” “si estás de vacaciones, puedes saber en qué están tus conocidos” “desde otro celular puedes saber cómo reacciona tu novio a mensajes de admiradoras...” puedes estar con todos a la vez, con tus papis o familia y saber de las reuniones de tus amigos”

¿Y con sus padres? Como es la relación con ellos y su teléfono celular?

“Ellos siempre nos están llamando” “mi papá dice que deje de mansajear cuando estoy con ellos y se enoja” “mi mamá dice que me voy a quedar sorda con los audífonos” “mis papis no entienden que es importante para mi tener celu”

¿Alguna vez les han robado el móvil? Como se sintieron?

“fatal, me asusté full y después me quedé sin vida social, no tenía los números de nadie, ni los mails, y hasta recuperar...” “siii, así es uno queda como en el limbo” “sentí que perdía algo tan importante...” “como si me hubieran robado a mi hijo...ja ja ja”

4.4.2.3.4 Indicador Adolescentes

¿Llevan el celular al colegio?

“a escondidas” “si, pero solo se supone que lo debo usar en el recreo y a la salida” no, mis padres me lo prohíben” Yo espero que llegue la hora de recreo para saber que hay en el celu..., a veces no me aguanto y le prendo en el baño o en clases aburridas para ver que hay”

¿Cuándo llevan el teléfono móvil al colegio, y se olvidan en casa, que sienten, cómo reaccionan?

“Yo me regreso pero de inmediato, no me interesa si llego tarde, pero sin el teléfono no me puedo ir” “voy al cole, pero tengo sensación como que me fala algo...”

¿Hay algún otro tema que se les gustaría mencionar?

“que nos dejen usar el celular sin limitarnos” “que nos compren los modelos y marcas que queremos (JA JA JA).

4.6.2 Tiempo de usos del móvil

El 73% de los encuestados maneja el teléfono celular por más de 11 horas, la adolescencia es un período en el cual los chicos y chicas empiezan a interactuar (relacionarse con otros individuos) y con las nuevas tecnologías.

En la sociedad actual, las características de esta interacción social están cambiando, pues se están desarrollando múltiples formas de interacción virtual, que no necesitan a la persona física presente. Es común ver interactuar al adolescente y su móvil; o en una reunión de adolescentes verlos interactuar entre ellos, pero siempre con su móvil en la mano, o las diferentes culturas que se forman a través del uso del móvil dependiendo de la edad y preferencias del grupo que lo use.

4.6.3 Usos del teléfono celular

Los usos que los adolescentes le dan al celular no son solo como teléfono sino que son infinitos: mensajes, llamadas, juegos, diversión, organizador, calculadora, etc.

Los adolescentes viven y crecen en un entorno digital desconocido anteriormente, esta nueva generación, extraordinariamente hábil para el manejo de las TIC, se desenvuelve en una nueva dimensión comunicativa, que permite a los adolescentes intervenir en conversaciones con iguales, simultáneamente, aunque éstos se encuentren situados a miles de kilómetros de distancia, es decir, los adolescentes pueden estar en permanente conexión con su entorno mediante el teléfono móvil, ya que son un grupo de consumo alto.

El teléfono celular es un medio de comunicación popular, la amplia cantidad de aplicaciones para este dispositivo, lo hace muy atractivo y versátil.

Las tecnologías crean nuevas maneras de comunicación, nuevas posibilidades en las relaciones interpersonales, nuevos entornos comunicativos, tanto públicos como privados.

4.6.4 Prácticas del teléfono celular

Los adolescentes lo utilizan como un medio de escape, para entretenerse (juegos, chat, etc.) es decir es una herramienta que permiten al usuario disminuir la angustia de las situaciones en las que se desenvuelven.

La compensación emocional es otra de las funciones del móvil, ya que es usado para mantener contacto constante con los amigos cuando ya no están físicamente presentes, es decir para compensar emocionalmente aquellos momentos de soledad.

El teléfono celular es un artículo que acompaña las actividades diarias de las personas, ofrece información inmediata sobre el entorno, y reafirma al individuo (como parte de las comunicaciones de masas).

El 87% afirma no apagar su celular nunca, les gusta mantener la sensación de conexión todo el tiempo; como afirma McLuhan: “cada modificación o novedad en los medios es una modificación o novedad en la sensibilidad del organismo humano y cada medio condiciona más a la sociedad que el contenido de la información transmitida, la

imprensa por ejemplo comportó nuevas bibliotecas, nuevas profesiones, nuevas formas de memorización”⁹¹; es decir, cada medio hace participar de manera diferente al receptor en la comunicación, modificando nuestra manera de ser.

El 78% de los encuestados regresa o ha regresado a traer su teléfono celular cuando se ha olvidado en casa. Los adolescentes piensan que tener móvil forma parte de su entramado social y no se imaginan la vida sin este dispositivo.

Cuando olvidan el móvil, el sentimiento de ansiedad se presenta en un 53% de adolescentes, el de desesperación en un 26% y el de soledad en un 17%. En otras palabras:

La juventud se sitúa en el contexto socio-cultural del capitalismo consumista, por este motivo, recae sobre ellos, con la máxima exigencia, los valores e ideales propios de la sociedad consumista: valor de la innovación (lo nuevo, la novedad); valor de la velocidad y aceleración; valor de la visibilidad (aquello que se ve del producto); valor de la sobre-representación: amplificar y conducir persuasivamente la visibilidad de los objetos sociales (la transparencia)⁹².

Al tener acceso a la tecnología fácilmente, los adolescentes disponen de sus propios ámbitos de comunicación, sienten que deben cumplir con la visibilidad y conectividad siempre, características difíciles de entender para los adultos.

El 90% de los encuestados revisa su teléfono celular a cada momento, no es el teléfono celular o las TIC las que provocan cambios en las personas sino que éstas introducen nuevos elementos en las relaciones que nos empujan hacia el consumo de las mismas.

Es así que, entre las actividades que realizan los adolescentes en el recreo, el uso del móvil es primordial (28% chatean con otros amigos; el 23% revisan las redes sociales, el 15% toman fotos; el 12% escuchan música; el 9% graban videos, el otro 9% ven videos).

⁹¹ Marshall McLuhan, *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, Paidós, 1996, Barcelona, Barcelona – España, Pág. 56

⁹² Sara Malo, “Impacto del teléfono móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años”. *Revista Científica de Comunicación y Educación: Comunicar* Nro.27, 2006, Pág. 105 – 112.

4.6.5 Consumo Cultural

La sociedad en que vivimos es una sociedad de consumo, donde la publicidad y la moda son los más grandes impulsores del mismo. El 67% de los encuestados se siente identificado con amigos al usar el teléfono celular; debido al factor común consumo; los adolescentes tienen que construir desde el principio su propia identidad social, y, deben hacerlo en el marco de estas exigencias de la sociedad actual de consumo, los adultos en cambio, como ya disponen de una identidad determinada no tienen este problema.

Las telefónicas en Ecuador utilizan en la publicidad los siguientes mensajes:



Porta: Te siento cerca



Movistar: Compartida la vida es más



CNT nos une!

Estos mensajes hacen referencia a categorías relacionadas a la cercanía, la unidad y el compartir, creando una especie de utopía, que relacionan la conectividad mediante el teléfono móvil con la seguridad, la popularidad, la capacidad de conocer todo y en todo momento, mensajes que implícitamente, en la sociedad actual hacen de la conectividad, el mayor deseo de mercado, en este sentido, el papel de la publicidad y su poder de influencia sobre un determinado tema en un grupo social específico, dado que los medios de comunicación desempeñan un papel socializador, cuya efectividad se establece a través de procesos generados en el conocimiento de los sujetos, los que se traducen en conductas y modos de actuación. En este caso, en la compra “compulsiva” de nuevos modelos de celular repetidamente”, es decir, publicidad y consumo van de la mano.

Entre los cambios más significativos producidos por las TIC, en especial por el dispositivo celular, encontramos:

- Mayor valoración de la privacidad Del teléfono convencional de la familia, donde todas las conversaciones son escuchadas, y el tiempo de uso controlado por los progenitores, al móvil personalizado que se puede usar desde la habitación, entendiendo “su habitación” como un mundo aislado, el cambio es fenomenal;
- Transición a la comunicación digital De la comunicación por carta, lenta y atemporal, a la comunicación digital (SMS, e-mail o chat) inmediata y en tiempo real.
- Transición sitios públicos a privados Los adolescentes acceden a comunicaciones que hacen que no sea necesario salir del hogar, desde la soledad de sus habitaciones, tienen prácticas comunicacionales que van más allá de sus habitaciones, prácticas que antes debían hacerlas desde salas públicas (por ejemplo los videojuegos en línea).
- Retraso de la emancipación familiar Los adolescentes ya no están obsesionados con marcharse del espacio familiar compartido, la tecnología les da un espacio propio dentro del espacio familiar, el móvil les permite mantener una ventana abierta hacia el mundo virtual.
- Cultura de la noche Los adolescentes buscan espacios propios que puedan compensar el espacio familiar compartido, es común que las nuevas generaciones permanezcan despiertos hasta altas horas de la noche o inicios de la madrugada.
- Modificaciones en el tiempo de ocio y trabajo No es lo mismo el tiempo de ocio cuando no existía telefonía celular que ahora, las interrupciones, tanto en momentos de ocio como en momentos de trabajo están a la orden del día.

Las TIC ofrecen entonces formas de vivir por uno mismo: nuevas formas de socializar, nuevas subjetividades, nuevos afectos, nuevas maneras de vivir, es decir nuevas formas de consumo; y, si existe consumo existe también exclusión, esta

exclusión es una exclusión de consumo, es decir económica, sin embargo, los que quedan excluidos no son excluidos de la sociedad sino de sí mismos.

4.6.6 Construcción de identidad

El móvil es como un sello de la nueva generación, antes se distinguían por la ropa de marca, ahora por el celular que utilizan, como tiene acceso libre a esta tecnología, se aumenta la necesidad de los adultos de encontrar medios de control.

Los adolescentes pueden expresarse de la manera que consideren necesaria cuando escriben mensajes por ejemplo, como hay que hacerlo rápido y en un espacio pequeño, hay que optimizar letras. Manejan su tiempo y su espacio mientras están conectados en la soledad de su habitación, de su mundo.

El 66% de los encuestados piensa que el teléfono celular no afecta a su privacidad, lo consideran parte de su vida íntima, como un canal que les permite relacionarse con otras personas, como un artículo que les ayuda a acceder a información y conocimiento, como un aparato que les da estatus.

A los adolescentes les parece una intromisión en un aparato propio de su generación el que sus padres los tengan y quieran ser parte de su comunidad virtual, saben que llamarán cuando se hacen tarde por ejemplo, “solo lo utilizan para controlarnos y querer parecer modernos, pero no saben usarle en realidad” fue una de las afirmaciones de los grupos focales.

La sociedad actual se mueve a un ritmo vertiginoso, caracterizada por los continuos avances tecnológicos y la tendencia a la globalización. Como destaca Castells: “frente a una primera revolución industrial sustentada en la máquina de vapor, y una segunda apoyada en la utilización masiva de la electricidad, la actual tercera revolución tiene como núcleo básico y materia prima la información y nuestra creciente capacidad para gestionarla.”⁹³

Las NTIC imponen nuevos patrones sobre la gestión de las relaciones sociales, nuevas formas de comunicación interpersonal, nuevos modelos de agrupación familiar,

⁹³ Manuel Castells, “La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura”. En *La Sociedad en Red*. Madrid: Alianza. 1997. Versión digital <<http://peremarques.pangea.org/si.htm>> visitada el 20 de septiembre del 2010.

nuevos valores, la vigencia del dinero electrónico, la inmediatez, las estructuras laborales mediatizadas (tele trabajo, tele banca, tele medicina), etc.

Es decir, junto al entorno físico real con el que interactuamos, ahora disponemos también del ciberespacio, entorno virtual, que multiplica y facilita nuestras posibilidades de acceso a la información y de comunicación con los demás.

Después de haber realizado las encuestas a los estudiantes, podemos ver que poseen las siguientes características:

1. Manejan con fluidez las nuevas tecnologías
2. No conciben el mundo sin ellas
3. Las utilizan para realizar actividades cotidianas todo el tiempo.
4. Consideran la tecnología como una ayuda imprescindible para desarrollar tareas.
5. Siempre están atentos a las actualizaciones tecnológicas

Las tecnologías le ofrecen a las y los adolescentes nuevos contextos de relación social, además de interacción personal, es decir, propician nuevos espacios en los que únicamente ellos se adaptan, basados en lenguajes y terminología abreviada y creada por ellos mismos, hacen caso omiso a la ortografía.

Considerando que el uso del móvil por lo general el uso es individual, es como formar grupos virtuales de individuos que comparten su lenguaje y conocimiento común a través del móvil.

El teléfono móvil puede crear adicción y dependencia. La adicción se ve reflejada algunas veces en aislamiento, podemos apreciar a algunos y algunas adolescentes solos, encerrados en su habitación sentados y conectados por muchas horas a las nuevas tecnologías. Sin embargo, los jóvenes de los colegios muestran afirmaron en los grupos focales que utilizan las tecnologías (el móvil) como una herramienta para relacionarse, no para aislarse, tratan con sus amigos y amigas, se enseñan trucos para pasar a la fase siguiente del juego, chatean, comentan las jugadas, publican comentarios,

etc. Tal es así que, los adolescentes afirman responder el celular a cualesquier hora: puede ser a medianoche o en las madrugadas, “eso sí dependiendo de quien sea”.

Esta forma de “irrupción” del celular en la vida de los adolescentes, no es percibida así por ellos; más bien le otorgan atributos que les parece absolutamente normales, como por ejemplo: “saber si alguien de mis amigos necesita de mí en una emergencia, ya que si lo tuviera apagado no me enteraría”.

Se evidencia que el 78% de los adolescentes cambian el celular con frecuencia y quienes en más proporción lo hacen son estudiantes del Colegio Manuela Cañizares (51%); lo que llama la atención al ser un colegio fiscal, del que se asume los estudiantes o sus padres tienen menos poder adquisitivo para este tipo de gastos. Explican que esto se debe a que “salen nuevos modelos y eso llama la atención” y “por estar a la moda”. Coinciden en que este cambio es por apariencia y para estar a la moda, lo cual para ellos es status.

En un mundo tan materialista, lleno de apariencias donde te califican por lo que tienes más no por lo que eres como persona, este aparato contribuye a diferenciarse del resto según el modelo y la tecnología.

Los chicos y chicas encuestados tienen una tendencia a cambiar el celular, como si fuera una prenda de vestir, “porque ya pasó de moda”, lo que refleja modos de comportarse apresurados, segmentados, desechables, y es así como construyen su realidad: por partes, sin mayores referentes.

El móvil se humaniza en manos de los adolescentes, quienes usan imágenes, emoticones, *pics* que intentan traducir en íconos, en símbolos de las diversas situaciones. Ellos lo adecuan, lo adornan, le imprimen su esencia, incluso han creado un código diferente de escritura, relacionado con el ahorro en tiempo al escribir, para hacerlo más rápido, lo que hace que incida negativamente en la redacción y ortografía del idioma.

Un hallazgo interesante es que los adolescentes, en su necesidad de autoafirmarse, personalizan el móvil, lo arreglan de acuerdo a su personalidad, gustos y deseos, de tal manera que el celular se vuelve un instrumento que alberga lo más íntimo de ellos (fotos, mensajes, llamadas íntimas) que refleja su yo, siempre en comparación

con el grupo, ya que la autoafirmación necesita reconocimiento por parte de quienes nos rodean, es decir, el tipo de móvil de alguna manera define su categoría dentro del grupo.

En este contexto, “el uso continuo de estos teléfonos móviles acostumbra a la persona a controlar el celular aunque no reciba ninguna llamada o mensaje;”⁹⁴ y los adolescentes, que no apagan el celular ni para dormir, están pendientes del aparato en todo momento, revisando su móvil para ver si tienen algún mensaje o llamada, lo que les causa ansiedad, insomnio adolescente y cansancio visual.

El síndrome del Blackberry (vibraciones fantasmas) el esqueleto de portátil (problemas musculares y óseos), el oído de iPod (disminución de la capacidad auditiva debido al alto volumen de los iPod y MP3), el pulgar de Blackberry (el uso repetido y a gran velocidad del dedo para el manejo del artefacto puede generar artritis y en casos extremos dolor y parálisis del dedo), son algunas de la larga lista de epidemias tecnológicas a las que están expuestos los adolescentes.

La mayor parte de adolescentes afirman sentir que su móvil esta vibrando para ver que cuando lo revisan no es verdad. William Barr, neuropsicólogo de la Universidad de Nueva York, explica que “los celulares entran en las neuromatrices del cuerpo y se convierten en una suerte de apéndices, ya que el cerebro integra el teléfono celular a la estructura corpórea, por lo que interpreta las señales del celular como si fuesen partes del cuerpo y por eso ocurren las vibraciones fantasmas”⁹⁵; éstas son un fenómeno que el uso repetitivo del móvil ha acarreado.

Esto explicaría la soledad, desconexión o desarraigo que sienten la mayoría de adolescentes cuando olvidan, pierden o deben apagar su teléfono móvil.

A estas viejas-nuevas dolencias se unen otras vinculadas a hábitos como la obesidad y el sedentarismo. Así como la desconcentración que causa el uso del móvil en el ámbito educativo, ya que más de la mitad de los estudiantes de los colegios muestra, usan con frecuencia el celular en clases y, si a esto sumamos el 10% que lo usan siempre o casi siempre, tenemos que un 68% en total lo usan en clases de una u otra manera a pesar de las prohibiciones de sus padres y maestros.

⁹⁴“Síndrome Blackberry”, Tecnologías, ConectarseaInternet.com, <<http://www.conectarseaInternet.com/tecnologias/sindrome-blackberry.php>> visitada el 08 de mayo del 2012

⁹⁵ Ibíd.

Si a esto le sumamos que los adolescentes viven en una realidad mediatizada, donde todo parece ser un show, es preocupante que ellos tengan dificultad en distinguir lo público de lo íntimo, lo destructivo de lo no destructivo, la realidad de la ficción, ya que todo lo que está detrás de la pantalla, se relaciona con lo irreal.

En este contexto, y en su necesidad de obtener el ansiado reconocimiento, los adolescentes algunas veces tienen comportamientos antisociales o violentos, y usan el móvil para realizar bromas, juegos y chascarrillos (llamadas a los números de información, emergencias, taxis, restaurantes, solamente para pavonearse después), así ponen a prueba su liderazgo, valentía, arrojo o atrevimiento frente a quienes después se ríen, las comentan y divulgan.

Otra variable interesante es que el 72% de los encuestados suele “quedar” con sus compañeros a través del móvil, es decir, se dice nos vemos en tal parte pero no se concreta el punto específico porque cuando se llega, se escribe un mensaje o se llama para especificar donde.

El tiempo que los adolescentes dedican a esta tecnología es otra variable importante, el 55% invierte más de dos horas al día a utilizar el teléfono celular, y de estos la mitad ha usado su móvil para gastar bromas a sus compañeros; otro hábito común en un 38% es colgar fotos y videos a través de este dispositivo; Así mismo, del 45% restante que utiliza el móvil menos de dos horas diarias, las variables relevantes son utilizar el móvil para escuchar archivos de música, para estar localizable y no apagar el teléfono nunca porque lo utilizan como despertador.

Un 75% de los encuestados cree que este aparato es parte de la vida, sienten al celular como una indumentaria más, por lo cual si lo olvidan regresan y lo buscan, si no lo tienen es como si algo de su propio cuerpo les faltara.

La memoria ha sido también trasladada al celular, ahí se guardan datos no solo de la agenda telefónica o de tus contactos, también datos confidenciales como el número de la tarjeta de crédito o las claves, lo cual en un momento determinado podría ser fatal para el dueño al perder su celular y ser mal utilizados sus datos.

El 92% de los encuestados no memoriza los números de teléfono de sus contactos, como la información y datos se almacenan en el celular, no es necesario.

Cuando el teléfono celular falla (lo roban o lo olvidan) los adolescentes se sienten vacíos y desprotegidos porque no saben ningún número, así mediante las redes sociales, a través de internet, solicitan les envíen el número o datos que requieran.

CONCLUSIONES

Esta investigación sobre la influencia del móvil en el accionar adolescente y su rol en la construcción de sus identidades, pretende servir como punto de reflexión y partida para comprender actitudes y formas de conducta de los mismos, así como ser una herramienta de diagnóstico para valorar tendencias actuales de comportamiento de los adolescentes en un contexto tecnológico, en el cual el móvil es una parte importante de su cotidianidad.

El móvil es un aparato que los mismos padres entregan a sus hijos con la finalidad de tenerlos visibles, pero cuya funcionalidad hace que los adolescentes rebasen los límites impuestos por ellos y les posibilita escapar al control paterno ingresando a otros ámbitos.

Mientras que para los padres el móvil supone control porque les permite saber dónde y que se encuentran haciendo sus hijos, para los menores supone independencia, autonomía y autoafirmación, ya que el celular permite no contestar (a quien no desean) apelando a que “se quedaron sin batería”, “no tenían saldo”, “no había cobertura” o “lo olvidaron en otra parte”. Así mismo, supone una herramienta de comunicación entre ellos con sus iguales (otros adolescentes) a quienes si les contestan y con quienes están en contacto todo el tiempo.

El celular, es un espacio privado, que brinda seguridad ante la incertidumbre del salir del hogar al mundo, entonces: la comunicación por medio del celular es como un acto ritual que mantiene el contacto íntimo en los espacios públicos, capaz de dar seguridad ante una sensación generalizada de inseguridad.

Internet, como lo explica Winocur, es un espacio público, una zona de experiencia intermedia, un espacio no disputado que sirve para aliviar la tensión ocasionada al relacionar lo interior y lo exterior.

Los adolescentes, usan internet y celular como espacios simbólicos de inclusión, donde adquieren el poder, que les es negado en las instituciones tradicionales, internet y celular hace posible la conquista de nuevos espacios de autonomía.

Los estímulos consumistas sobre el teléfono celular invitan a los adolescentes a descargarse, melodías, logos, imágenes, videos, información, etc. dándoles la oportunidad de convertirse en emisores-difusores de información a través del móvil.

El uso y desarrollo de las TIC por los adolescentes implica nuevas potencialidades para su crecimiento, desarrollo, autonomía y relación personal, pero también la aparición de riesgos: facilita la grabación y distribución de imágenes susceptibles de ser utilizadas en el contexto del acoso escolar; permite el acceso sin restricción a contenidos audiovisuales no adecuados (pornografía, violencia, vandalismo); convierte a los adolescentes, niños y jóvenes en receptores de todo tipo de publicidad.

La búsqueda de diferenciación hace que el adolescente requiera un teléfono singular, novedoso, tratando de diferenciarse con este tipo de consumo de otros productos estándar. El celular para los adolescentes es una indumentaria más que se la cambia, como se cambia la ropa cuando ha pasado de moda, en base a nuevos modelos y en este caso también funciones; el celular les permite fundamentalmente la comunicación y socialización, pero además es una consola en miniatura que les permite acceder a la radio, música en varios formatos, agenda, alarma, video, cámara de fotos, Internet, redes sociales, etc.

Ellos están habituados a un uso intensivo e invasivo de esta tecnología (espacios colectivos, aulas de clase, reuniones familiares, salas de cine, etc.), pues nacieron en la era tecnológica. Están acostumbrados a llevar el celular a donde vayan, y lo usan sin considerar como invasión al espacio y tiempo de otras personas.

En un mundo en el que la importancia y valor de las cosas pasa rápidamente, caracterizado por la velocidad, la movilidad y la obsolescencia, la tecnología del móvil facilita al adolescente gestionar sus relaciones sociales y sus grupos de pertenencia. El uso de mensajes mediante el celular facilita las relaciones entre los adolescentes, les es más fácil expresar sentimientos y gustos mediante este dispositivo que cara a cara.

La omnipresencia del celular ha producido el tránsito de la “morada”, antes fija en la casa y hoy móvil a donde se encuentre el dueño del dispositivo.

El desarrollo de destrezas y habilidades como escribir rápido y sin mirar el teclado, es otra consecuencia del uso de esta tecnología.

La mayor parte de adolescentes posee un teléfono celular y lo consideran necesario en sus vidas, para ellos este aparato se ha convertido en una señal de identidad que determina o puede determinar su lugar en el grupo al que pertenecen, esto en base a que en la actualidad hay una crisis de valores que ha dado como resultado que se dé un valor extra a las posesiones en lugar de a quién eres.

Utilizan un lenguaje tecnológico, basado en una escritura incompleta, con la humanización de la misma a través de la introducción de íconos que reemplazan palabras o aclaran estados de ánimo. Así mismo, su búsqueda de autoafirmación identitaria hace que adornen su móvil con cosas propias de su personalidad y gustos, cosas que reflejen su “yo”.

La búsqueda de autoafirmación identitaria, convierte al teléfono móvil en un instrumento que contribuye a reforzar su nascente identidad como ser autónomo, en continua relación y disponibilidad para su red social (más que para sus padres). El móvil permite otras acciones de autoafirmación con el grupo como son los juegos y bromas.

Los adolescentes viven en una época en la que las tecnologías son parte de todo, y con ella han aprendido a actuar, a comportarse, con todo lo que ella implica. Ellos no creen aislarse sino integrarse utilizando el móvil, los problemas de timidez o de dificultad de enamorar a otra persona presencialmente son resueltos con el uso de mensajes a través del celular. Adolescentes que hacen esta práctica dicen que es más fácil decir algunas cosas a través de un mensaje que en presencia de la otra persona.

Para los adolescentes, el móvil siempre ha existido, no conciben una realidad sin estos aparatos, el no tenerlos les parece una imposibilidad, están acostumbrados a la comodidad de coger su teléfono y marcar o escribir y recibir de inmediato respuesta, por lo que conciben como algo difícil, comunicarse a través de teléfonos públicos o cabinas.

Entonces, respecto a la pregunta de investigación se concluye que: los adolescentes se ven influenciados por imágenes y mensajes que afirman que poseer un

celular constituye un modelo de vida de ser joven, exitoso y popular; y, por otra parte, las relaciones sociales cotidianas se manejan dentro del campo de la tecnología digital, referentes que influyen en el campo de construcción de sentidos para los adolescentes, quienes conforman su identidad personal, autoimagen, autoestima, y hasta sus imaginarios de vida, a partir de interacciones con el medio, el mismo que posee una gran oferta de dispositivos móviles para cubrir cualquier demanda.

Con base en los resultados de las encuestas y grupos focales, esta nueva tecnología permite una ruptura espacio – temporal, que cambia las comunicaciones y vuelve las relaciones ubicuas. Al estar siempre conectados a través del celular y el internet, los adolescentes pueden estar virtualmente en cualquier parte, sin ser necesario compartir un espacio geográfico para relacionarse, a diferencia de las generaciones anteriores que se relacionaban de manera presencial compartiendo el mismo tiempo y espacio, por lo que los adolescentes son atemporales y no geográficos. Es así que, entre las actividades que realizan los adolescentes por ejemplo, tenemos que el 28% chatea con amigos que no comparten su espacio físico ni temporalidad, sin embargo interactúan como si estuviesen junto a ellos.

Los adolescentes no conciben su vida sin la tecnología, la misma que para ellos ha existido siempre, es una generación tecno-dependiente, prácticamente incapaz de vivir desconectada, es así que el 74% de los encuestados se niega rotundamente a la posibilidad de pasar una semana o más tiempo sin celular, mientras que el 20% se muestran abiertos a intentarlo, aunque afirman que no creen lograr pasar sin el teléfono por mucho tiempo, solamente el 6% afirma que si podría pasar sin el móvil sin mayor inconveniente.

Así mismo, la conexión a internet permite a los adolescentes utilizar el celular para acceder a un sinfín de información, tienen acceso a todo, tienen todos los temas a su alcance, de una enorme variedad de fuentes, están hiper-informados, sin embargo, los adolescentes saben que existe información en la web, saben maneras de buscarla pero no profundizan en ella, la dejan ahí para cuando la necesitan, sin construirse con la misma, lo que resulta en adolescentes dispersos, con capacidad de atención y pensamiento lógico racional que dan lugar a un modo de atención discontinua y un pensamiento superficial, que va de un tema a otro, en forma rápida y superficial,

navegan de un link a otro, siendo capaces de navegar en un mar de información. Esta capacidad de pensar lateralmente en lugar de hacerlo en forma lineal los hace más adaptables y creativos.

Sin embargo, la facilidad con la que acceden a la información y a los bienes, les hace pensar que el esfuerzo por conseguir algo carece de sentido, ya que son parte de una sociedad de abundancia y consumo (de productos, de marcas, de estímulos) lo que les hace pensar que todo se encuentra al alcance apenas de un clic, lo que resulta en adolescentes cómodos y no esforzados, que construyen un sentido que les hace formar parte de una aldea global, carente de capital simbólico o cultural, que da prioridad al consumo de música, videos, juegos, aparatos tecnológicos, etc., mediante los que tratan de construirse como individuos.

Es importante mencionar que los códigos de velocidad, conectividad y virtualidad entre los que se desenvuelven los adolescentes, reflejan un nivel de socialización paradójico, donde la conexión es sinónimo de aislamiento, la conectividad de omnipresencia y la virtualidad de inmaterialidad. Es así que su cotidianidad se conflictúa entre los parámetros de la realidad (familia, estudios, actividades deportivas, extracurriculares, etc.) y las exigencias de la virtualidad, transformando sus prácticas comunicacionales también a través de grupos virtuales, de igual o mayor relevancia que los offline, por lo que es trascendental estar conectado, estar visible, disponible en la red, características que van construyendo una especie de identidad virtual que los representa y con la que quieren reflejarse, un yo digital a veces inexistente en la realidad.

En este sentido, el móvil les permite interactuar mediante mensajes de texto, chats, y/o llamadas telefónicas, actividades sin espacio común, sin tonalidad, sin expresión facial, sin presencia física del interlocutor, y muchas veces realizadas en la soledad de su habitación. De tal manera, el teléfono móvil se ha convertido en un órgano más del cuerpo de los adolescentes, tanto así que el 90% de los encuestados revisa su celular a cada momento en busca de nuevos mensajes o algo nuevo; así mismo el 59% dedica más tiempo al celular que a la convivencia familiar, y el olvidarlo genera un sentimiento de ansiedad en un 53% de los adolescentes, un sentimiento de desesperación en el 26% y un sentimiento de soledad en un 17%, sentimientos que

hacen que el 78 % de los encuestados regresen a su casa a traer el celular cuando lo olvidan.

Si a esto le sumamos que el 73% de los encuestados utilizan su celular más de 11 horas diarias, suponiendo que todos ellos no lo usen - al menos no legalmente - durante las horas de estudio (de 7:00 a 13:30) por deducción, presumiendo que inician su utilización a partir de las 13:30 a 15:00 horas (que salen de los colegios y llegan a sus casas), el resultado indica que los encuestados se irían a dormir desde las 24:30 en adelante.

Así mismo, si tomamos en cuenta que la hora de ingreso a los colegios es a las 7:00 de la mañana, y damos un margen de una hora con treinta minutos para que los adolescentes se levanten, se alisten y se trasladen a sus respectivas unidades educativas, tendremos como resultado que deben estar despiertos aproximadamente desde las 5:30 de la mañana, lo que implica que los adolescentes duermen, desde las 24:30 o después de esta hora, hasta las 5:30 de la mañana (5 horas o menos).

En este contexto, el fenómeno de estar siempre disponible, trae como efecto que el 73% de los adolescentes encuestados no duerman lo necesario, ya que utilizan la noche como su espacio privado para “estar visible”, lo que implica que no descansan lo suficiente, por consiguiente, pasan el día sin ánimo y con sueño, es decir, no cuentan con tiempo de calidad para construir una identidad real con la cual identificarse fuera del campo virtual.

Por otra parte, los datos demuestran que el 66% de los encuestados considera que el celular no afecta a su privacidad, y no les molesta que les escriban, llamen o posteen a cualquier hora del día o la noche, es decir, la concepción de privacidad es diferente a la de las otras generaciones (tradicionalistas, baby boomers, generación x), de ahí que, el 87% de los encuestados afirma no apagar el celular nunca, mientras que el 43% lo apaga solamente siguiendo las órdenes de sus padres, y cuando ellos les obligan a hacerlo.

Es así como, estas nuevas maneras de asumir la tecnología, crean dependencia hacia este dispositivo, no en vano el 65% de los encuestados encuentra más fácil socializar con personas contemporáneas mediante el móvil que cara a cara, tanto así

que, el 52% de adolescentes afirma expresar a través de mensajes, llamadas u otras opciones del teléfono celular, emociones y palabras que no se atreve personalmente.

Otro dato interesante, obtenido del grupo focal, indica que los chicos y chicas de un grupo (aproximadamente de 8 a 12 personas) reconoce el celular de su amigo solo mirándolo o escuchando el sonido, es decir, los adolescentes, mujeres y hombres, humanizan su móvil, como parte de la apropiación del mismo, dispositivo que les ayuda a reconocerse como individuos, a través de las similitudes y diferencias de su teléfono móvil, el mismo que les permite ser parte o no de un grupo, lo que explicaría que el 32% de los encuestados prefiera el teléfono celular de última generación.

De tal manera, la formalidad, los buenos modales, los bienes durables para toda la vida, el guardar para el futuro, el progreso a través de la educación, el trabajo en un mismo sitio y en un horario definido durante gran parte de la vida, el no derrochar, la espera del retiro para alcanzar un momento de disfrute, el envejecer como algo natural sin importar la estética global, la inexistencia de problemas ambientales, el gusto por lo considerado natural y normal de las generaciones anteriores, contrastan con el comportamiento informal, la irreverencia del poder alcanzar todo rápidamente mediante un clic, los bienes desechables, el progreso mediante un pequeño esfuerzo, el balance entre trabajo y vida personal, el trabajo en la noche o de día, el bajo compromiso con las organizaciones, el alternar trabajos con viajes, el buscar calidad de vida y diversión en el trabajo, el considerar la tecnología como algo natural, el estar siempre conectados, el vivir on y off line, la obsesión por la estética, el vivir con plazos cortos, el ser sensibles a los problemas ambientales, el gusto por lo excéntrico, lo distinto, lo atemporal y lo no geográfico de las nuevas generaciones.

Estas nuevas prácticas, medidas a través de la tecnología, han ido construyendo una identidad conflictiva en los adolescentes, generada por la posibilidad de tener todo a su alcance, de estar en todos los lugares, por la sensación que todo es normal y no existen límites, de conexión infinita, una identidad basada en la representación construida de ellos mediante fotos, estados, conversaciones, diálogos virtuales, donde cada individuo se presenta virtualmente como quiere ser percibido, y percibe al otro en base a la representación que éste hace de sí mismo, haciendo que los símbolos que se generan en la web también adquieran significación en el mundo real.

De tal manera, un usuario puede presentar las diversas facetas de su personalidad a través de su integración a diversos grupos y el tipo de aplicaciones que cada uno agrega a su sitio; presentando de esta manera diversos “selves” y por lo tanto, la existencia de procesos de construcción de identidad similares a los de la vida “offline”, lo que confirma la teoría de que el teléfono móvil influye en la construcción de la identidad de los adolescentes, ya que se ha vuelto un artículo que forma parte de los rasgos y/o características de este grupo, y que permite actitudes, prácticas, valores, comportamientos que les hace ser ellos y los distingue de los demás.

BIBLIOGRAFÍA

Barbero, Jesús Martín citado por Bisbal, Marcelino. 1999. *La idea del Consumo Cultural: Teoría, perspectivas y propuestas* en revista Comunicación Nro 108. Carácas. Venezuela.

Barra, César. 2012. *Las redes sociales más populares 2011-2012*. Versión digital.

Bourdieu, Pierre. 2004. *Cosas Dichas*. Gedisa. Barcelona – España.

Bringue, Xavier y Charo Sabada. 2012. “La Generación Interactiva en Ecuador: Niños y Adolescentes ante las Pantallas”. *Consultoría para el Estudio e Investigación del Escenario en el que actúa la Generación Interactiva en los Centros Educativos del Ecuador*. Colección Fundación Telefónica. Ecuador.

Cabero, Julio. 1996. *Nuevas Tecnologías, Comunicación y Educación*. En Edutec: Revista Electrónica de Tecnología Educativa No1, Universidad de Sevilla – España.

Campaña, Iván. 2010. *Redes Sociales en Ecuador, aplicación y efecto en la Comunicación*. Versión digital.

Castells, Manuel. 1997. *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*. Alianza. Madrid.

- Eco, Umberto. 1993. *Apocalípticos e integrados*. Lumen. Barcelona.
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadística y Censos – Ecuador en cifras. 2011. *Reporte Anual de Estadística Sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC)*. Versión digital.
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadística y Censo- Ecuador en Cifras. 2014. *Encuesta de tenencia de celulares 2010 – 2013*. Versión digital.
- Ecuador. Ministerio de Educación. 2013. *Indicadores Educativos 2011- 2012*. Versión digital.
- Ecuador. Ministerio de Telecomunicaciones. 2014a. *Estadísticas nuevas tecnologías*. Versión digital.
- , 2014b. *Estadísticas sobre telefonía móvil*. Versión digital.
- Ecuador. Superintendencia de Telecomunicaciones. 2013. *Estadísticas de Servicios de Telecomunicaciones*. Versión digital.
- Fierro, Alfredo. 2001. “Desarrollo de la Personalidad en la Adolescencia”. *Memorias del Primer Concurso Internacional de Adolescencia*. Quito: Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP). Fundación Internacional para la Adolescencia (FIPA). Hospital Gineco- Obstétrico Isidro Ayora (HGOIA). Agencia española de Cooperación Internacional (AECI).
- Ferraris, Maurizio. 2008. *¿Dónde Estás? Ontología del móvil*. Marbot. Barcelona-España. Versión digital.
- Canclini, Néstor. 1999. *La Globalización imaginada*. Paidós Ibérica. México.
- García, María del Carmen. 2008. “La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia”. *Análisis e Investigación Médica Aplicada*, Universidad Rey Juan Carlos. Madrid.
- Gómez, Ramiro. 2001. “Aspectos sociales de la Adolescencia”. En *Memorias del Primer Concurso Internacional de Adolescencia*. Quito: Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP). Fundación Internacional para la Adolescencia (FIPA). Hospital Gineco- Obstétrico Isidro Ayora (HGOIA). Agencia española de Cooperación Internacional (AECI).

- Hall, Stuart y P. Dugay. 2003. *Compiladores ¿Quién necesita identidad? Cuestiones de Identidad Cultural*. Buenos Aires. Amorrortu. Versión electrónica.
- Hurtado Gálvez, José Martín. 2011. “La Identidad”. *A parte reí: Revista de Filosofía*. Versión electrónica.
- Igarza, Roberto. 2009. *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires. La Crujía.
- Instituto Francés de Estudios Andinos. Goetschel, Ana María. 1999. *Educación e Imágenes de la Mujer en los años Treinta*. Quito-Ecuador. Versión digital.
- Kauffman, R.J y Techatassabassontorn A. En Manuel Castells. 2004. “¿Is there a global digital divide for digital wireless phone technologies?” *Informe presentado en el Simposio de Investigación sobre división digital en la Escuela de Administración Carlson de la Universidad de Minnessota*. Versión electrónica.
- Levy, Pierre. 2007. *Cibercultura: La Cultura de la Sociedad digital*, Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana. Iztapalapa - México.
- Levy, Pierre. 1992. *¿Qué es lo virtual?* Paidós. Barcelona
- Medina, Manuel En Pierre Lévy. 2007. *Cibercultura. La Cultura de la Sociedad digital*. Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana. Iztapalapa – México.
- Mato, Daniel. 1994. *Teoría y Política de la Construcción de identidades y diferencias en América Latina y el Crike*. Editorial nueva sociedad. Caracas – Venezuela.
- Mato, Daniel. 1995. *Crítica de la Modernidad, Globalización y construcción de identidades*. Universidad Central de Venezuela. Consejo Central del Desarrollo Científico Humanístico. Caracas – Venezuela.
- Merindizabal, Iván Rodrigo. 2002. *Cartografías de la Comunicación*. Abya – Yala. Quito.
- Montero, Maritza. 2010. “Identidad, belleza y cultura popular” En *Tradición y Modernidad*. Universidad Andina Simón Bolívar. Carácas -Venezuela.

- Molina, Marta, Mercedes Féliz y David de San Benito. *Impacto Social y Económico de los Móviles en América Latina*. Versión digital.
- Rakow y Navarro. 1993. En Manuel Castells. 2007. *Comunicación Móvil y Sociedad*. Ariel. Barcelona.
- Slater, Don. *Consumo, Cultura y Modernidad*. Office Polity Press. Cambridge – USA.
- Tenorio Ambrossi, Rodrigo. 1996. *Población y Desarrollo pasado y presente en el Ecuador*. UNFPA. Quito.
- Thompson, John. 1998. *Los media y la Modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.
- Winocur, Rosalia. 2009. *Robinson Crusoe ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre*. Siglo XXI. México.
- Zamora, Marcelo. 2010. “Redes Sociales en Internet”. *Definiendo a las Redes Sociales*. Versión Digital.