

## CAPÍTULO VI

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

---

**Dra. Diana Rivera Rogel**

*Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador*

**Dra. Andrea Velasquez Benavides**

*Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador*

**Mgr. Claudia Rodríguez-Hidalgo**

*Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador*

## Resumen

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

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

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

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

## Palabras clave

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



## 1. Los nativos digitales y las TIC

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

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

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

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

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

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

## 2. Nativos digitales y uso de dispositivos digitales

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **Metodología**

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

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

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

## **Población y muestra**

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

Edad	Población proyección 2016
14	319.649
15	315.737
16	311.500
17	307.014
18	302.351
<b>TOTAL</b>	<b>1.556.251</b>

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

### Resultados y discusión

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

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

### Acceso a Internet

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

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

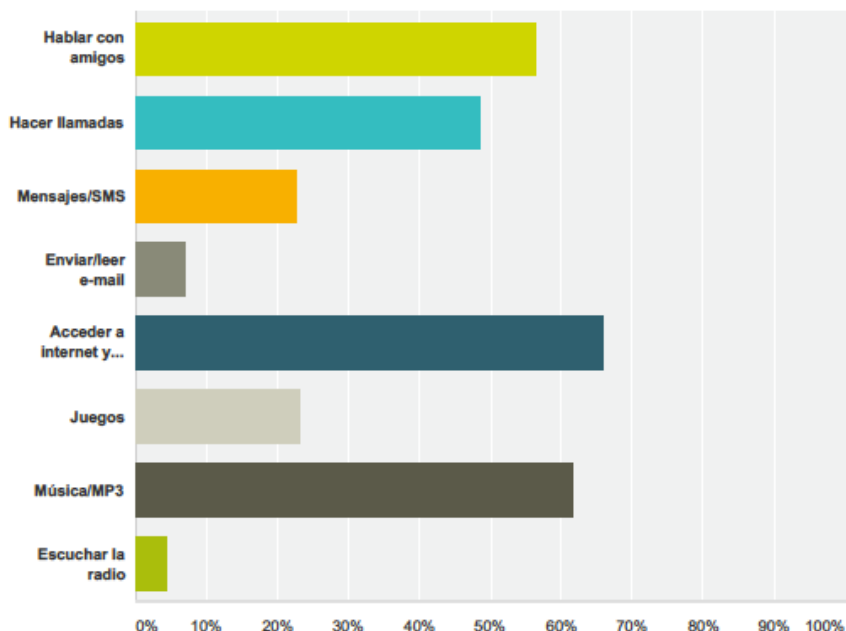


## Jóvenes ecuatorianos y el uso del *smartphone*

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

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

Gráfico 1. Principales usos del smartphone



Fuente: Elaboración propia

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

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

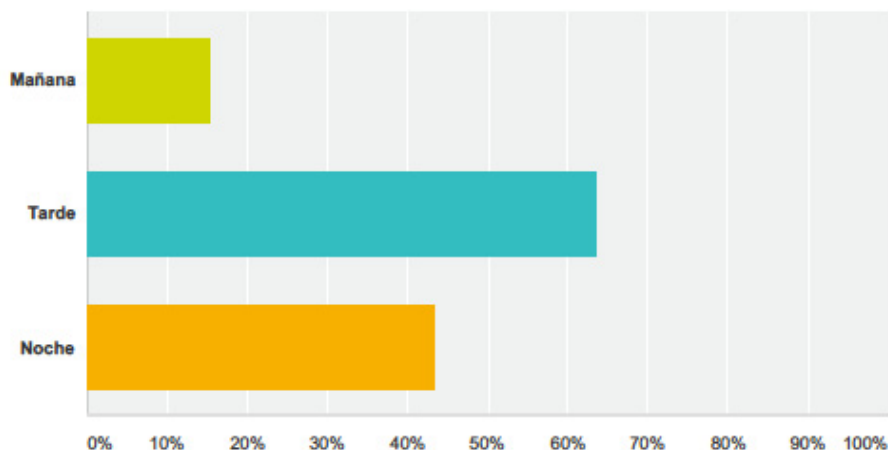
Hasta hace poco con la llegada de los *blogs* y las redes sociales se decía que cualquier persona puede generar contenidos, es de esa afirmación que nace el concepto de prosumidor, aquella persona que deja la pasividad del con-

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

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

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

Gráfico 2. Momentos para socialización, ocio y entretenimiento



Fuente: Elaboración propia

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

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

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

#### 4. Conclusiones

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

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

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

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

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

## Referencias bibliográficas

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

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