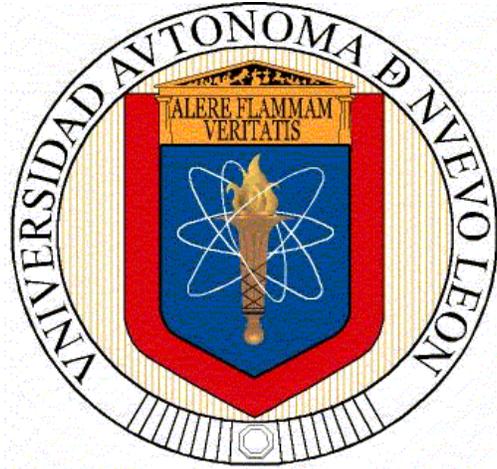


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARQUITECTURA**



**RELACIÓN ENTRE JÓVENES Y EL TELÉFONO CELULAR EN EL
ÁREA METROPOLITANA DE MONTERREY**

POR

FABIOLA OROZCO VILLASEÑOR

**OPCIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN EN GESTIÓN E
INNOVACIÓN DEL DISEÑO**

MAYO 2013

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARQUITECTURA**



**RELACIÓN ENTRE JÓVENES Y EL TELÉFONO CELULAR EN EL
ÁREA METROPOLITANA DE MONTERREY**

POR

FABIOLA OROZCO VILLASEÑOR

**OPCIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN EN GESTIÓN E
INNOVACIÓN DEL DISEÑO**

**DIRECTOR DE TESIS
DR. ALEJANDRO GARCIA GARCIA**

SAN NICOLÁS DE LOS GARZA, NUEVO LEÓN, MAYO DE 2013

Índice

Introducción	5
Capítulo I – Los jóvenes, la comunicación cara a cara y el celular.	6
1.1 Los jóvenes, la comunicación cara a cara y el celular.	6
1.2 Justificación	8
1.3 Limitantes	9
1.4 Delimitaciones	9
Capítulo II- Marco Teórico	
Hipótesis	10
Marco teórico (Introducción)	10
2.1. La comunicación.	11
2.2. El teléfono móvil como principal medio de comunicación hoy en día.	15
2.3. El teléfono móvil como objeto que afecta la vida social de las personas.	17
4.4. La semiótica en la comunicación.	20
Capítulo III – Metodología	21
Esquema metodológico	23
3.1 Selección del Universo (Muestra) de estudio.	24
3.1.1 Localización y medio físico	26
3.1.2 Antecedentes históricos	28
3.2 Elaboración del instrumento de trabajo	29

3.2.1 Matriz de congruencia de la investigación	29
3.2.2 Definiciones	30
3.2.3 Operacionalización de las variables.	31
3.2.4 Estructura del instrumento de trabajo	37
3.2.4.1 Estructura de la primer encuesta aplicada	37
3.2.4.2 Estructura de la segunda encuesta aplicada.	39
3.3 Aplicación del instrumento.	40
3.3.1 Aplicación del primer instrumento de investigación.	43
3.3.2 Aplicación del segundo instrumento de investigación.	44
3.4 Empleo del método de la observación de actividades.	45
Capítulo IV – Hallazgos de investigación	50
4.1 Hallazgos resultado de la aplicación del primer instrumento de investigación.	50
4.1.2 Hallazgos encontrados en la aplicación de la segunda encuesta.	52
4.2 Hallazgos encontrados en el estudio cualitativo	61
Conclusiones generales de la investigación	63
Bibliografía	70
Anexos	73

Anexo 1 - Primer encuesta aplicada a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la UANL.	74
Anexo 2 – Gráficas representativas de los hallazgos encontrados en la aplicación de la primer encuesta aplicada.	79
Anexo 3 - Segunda encuesta aplicada a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la UANL.	85
Anexo 4 – Gráficas representativas de los hallazgos encontrados en la aplicación de la segunda encuesta	87

Introducción

Esta es una investigación que se enfoca en el uso y significados del celular, entre los jóvenes del área metropolitana de Monterrey, tomando como caso de estudio a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, siendo los alumnos de esta institución educativa de diversos sectores y estratos del área metropolitana. Esta investigación se presenta como requisito para la Maestría en Ciencias con Orientación en Gestión e Innovación del Diseño.

La tesis que se presenta ante usted, busca profundizar en la usabilidad y significados del aparato celular, centrandolo los hallazgos en los efectos positivos o bien negativos que puede tener en la comunicación cara a cara.

El estudio que se lleva a cabo se realiza bajo un enfoque mixto, empleando encuestas para la recabación de información que pueda responder a las preguntas de investigación, así como la observación de dos casos en los que el celular es utilizado por jóvenes. El planteamiento de la problemática actual, la justificación del estudio, el argumento base que respalda esta investigación, así como los resultados de la aplicación de encuestas que comprueban o no la hipótesis planteada, podrán ser encontrados a lo largo de este documento.

Capítulo I – Los jóvenes, la comunicación cara a cara y el celular.

El celular “es una de las tecnologías que más avances ha tenido” Cortez (2003), y como todos lo sabemos, es una herramienta tecnológica que nos ayuda a comunicarnos. Hoy en día podemos encontrarlo en manos de chicos y grandes; no obstante, ¿somos conscientes del impacto que tiene el uso de este aparato en la vida social de los jóvenes y del conjunto de la sociedad?

Todos hemos sido testigos del gran avance que han tenido los celulares desde que estuvieron disponibles en el mercado, así cómo del gran impacto que tiene en las personas y en sus vidas. Los celulares afectan nuestra vida pero ¿Cómo? Es la pregunta que se busca responder con esta investigación. Un celular tiene toda una lista de atributos, funciones y beneficios para los jóvenes usuarios, sin embargo el celular se ha ido introduciendo poco a poco en la vida social de éstos, influyendo y modificando sus hábitos sociales. ¿Es acaso posible que la comunicación vía teléfono móvil haya reemplazado a la comunicación cara a cara?



Figura 1

La mayoría de nosotros estamos familiarizados con la imagen de la Figura 1, en donde tratamos de mantener una conversación cara a cara con una

persona y el celular interrumpe dicha comunicación provocando distracción en el usuario que está manejando el aparato.

Si analizamos un poco y comparamos la frecuencia con que se mantenían conversaciones cara a cara con amigos, en comparación con la frecuencia en que actualmente usamos el celular para comunicarnos vía teléfono con ellos, ¿sería posible que las veces con que usamos el celular para hablar con una persona sea mayor a las veces en que mantenemos una conversación cara a cara con esa persona? No resultaría muy atrevido suponer que si, ya que estudios que se presentan en el capítulo 2 de esta investigación, demuestran cómo el celular ha modificado los hábitos de las personas y en cómo éstas se relacionan con los demás.

1.2 Justificación

Los avances tecnológicos están a la orden del día, y el celular es uno de los instrumentos de comunicación que ha experimentado mayor demanda y una constante evolución. La mayoría de los que han sido usuarios del celular pueden recordar los primeros celulares, su tamaño colosal, las ventajas y desventajas, sin embargo este aparato ha evolucionado para posicionarse hoy en día en nuestros bolsillos, en nuestra mesa de trabajo, aún lado de nuestra cama al dormirnos, es un objeto al que le hemos conferido tal importancia que lo llevamos con nosotros en todo momento. Ello en su conjunto reafirma el alto crecimiento del uso del celular, el hecho de que se haya pasado de ser un teléfono móvil a un artefacto con una gran variedad de funciones que en su evolución es a la vez que teléfono móvil, cámara fotográfica y de video, reproductor de música, gps, procesador de palabras, una herramienta académica, oficina móvil, un navegador de internet, entre otros.

El celular es un instrumento que facilita la comunicación entre las personas, puede ser un factor que ayude a solucionar un problema de gravedad o en una situación de emergencia puede ser el elemento crucial que resuelva dicha situación, sin embargo ¿Puede ser posible que este instrumento haya reemplazado la comunicación que mantenían las personas, principalmente los jóvenes cara a cara? Efectuar una llamada telefónica, enviar un mensaje de texto es más rápido que ir a visitar una persona y transmitirle un mensaje, al fin y al cabo el objetivo se cumple, el cual es que el receptor obtenga información que puede ser o no de su interés.

¿Con qué frecuencia visitamos a nuestros amigos, y con qué frecuencia hablamos con ellos por medio del celular?

Cada día vemos cómo la dependencia de los celulares va en aumento, ya que estos aparatos se introducen en la vida de las personas poco a poco,

generando un impacto en sus vidas. Somos usuarios del celular y estos con todas sus funciones, se introducen cada vez más en nuestras vidas y en nuestras actividades, tanto es así, que a este aparato le concedemos el honor de llevarlo siempre con nosotros, de tenerlo cerca en todo momento.

Podemos encontrar celulares en las manos de adultos, jóvenes, adolescentes, niños y hasta en las personas de la tercera edad. Este objeto es utilizado por muchas personas a lo largo del mundo, para comunicarse con otras personas, resolver situaciones, recibir información oral y/o escrita, para enviar correos electrónicos, para consultar la hora del día, para hacer una operación matemática, para consultar el calendario, agendar un evento, cronometrar una actividad, y muchas otras actividades más. Es un objeto que experimenta una constante evolución, es creador de necesidades que antes no teníamos, facilita nuestras tareas, pero así mismo conlleva riesgos al contener información personal que puede ser extraída y usada de forma incorrecta por otra persona.

Los celulares afectan nuestra vida pero ¿Cómo?, es una de las principales preguntas que nos hacemos en esta investigación.

1.3 Limitantes

Una limitante es la gran cantidad de celulares que circulan en el mercado actualmente, así como la gran diversidad de funciones que pueden llegar a realizar estos, sin embargo no se trata de un estudio sobre un tipo de celular en particular, sino un estudio sobre la comunicación entre personas y sus celulares y cómo estos impactan sus actividades y la forma en cómo se comunican cara a cara con otras personas.

Otra limitante es el alcance que tiene el celular de introducirse en varios sectores de la población de diversas edades, hoy en día podemos encontrar un celular en manos de adultos, de jóvenes, de niños, de adultos mayores.

El uso que le da cada persona a este aparato depende de cada individuo, el hecho de que el celular es un objeto exclusivamente de uso personal, le confiere una dificultad para poder ser estudiado como un objeto que puede o no afectar la comunicación cara a cara entre las personas de forma general.

1.4 Delimitaciones

La población de estudiantes en el AMM es mucha, por lo que se seleccionó como población meta, se optó por realizar un estudio enfocado en los jóvenes estudiantes de la Facultad de Arquitectura, quienes pertenecen a un nivel socioeconómico medio, medio alto.

Capítulo II - Marco Teórico

Hipótesis

“A mayor cantidad de tecnologías incorporadas al celular se establecen nuevas estrategias de comunicación entre los jóvenes del área Metropolitana de Monterrey, a pesar de que disminuye la comunicación cara a cara.”

Hinojosa Córdova, Investigadora de la UANL establece en una de sus investigaciones realizadas como “Nos estamos volviendo dependientes tecnológicos, en ocasiones descuidamos otras facetas de la vida por estar conectados, y para muchas personas se ha convertido en algo primordial”.

¿Qué tanto se ve afectada la comunicación cara a cara por el uso de la tecnología como el teléfono celular? Es una pregunta que concierne a esta investigación. Otros profesionales han estudiado el tema de la influencia que tienen los avances tecnológicos en las relaciones sociales, tal es el caso de la

investigadora Lucila Hinojosa Córdova anteriormente citada, quien lleva a cabo un estudio de como la vida social de las personas se ha visto afectada por el uso de la tecnología, tales como el internet, en donde el facebook, el twitter, entre otros, han influenciado la manera como las personas y sobre todo los jóvenes se comunican y se relacionan entre ellos.

Para tratar el tema de cómo el teléfono móvil, al cual nos referiremos a lo largo de este documento como celular, es un medio de comunicación afecta la manera en cómo las personas se relacionan entre ellas mismas, se tratará primero el tema de la comunicación, para posteriormente introducir el celular como un elemento clave para esta investigación.

2.1 La comunicación.

Albert Bastardas (1995) define a la comunicación como: *“El intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales”*. El mismo autor señala que *“Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.”* Acto que sucede al momento de hacer uso de un teléfono móvil, en donde el emisor es aquél que transmite un mensaje, a través de un código (hablado o escrito), hacia un receptor, otra persona, con la cual tiene algún tipo de relación.

Para Moles (1973) la comunicación *“es la acción que permite a un individuo o a un organismo, situado en una época y en un punto dado, participar de la experiencias-estímulos del medio ambiente de otro individuo o de otro sistema, situados en otra época o en otro lugar, utilizando los elementos o conocimientos que tiene en común con ellos.”* En esta afirmación que realiza el autor involucra dos elementos muy importantes como son la experiencia y los conocimientos que tienen en común tanto el receptor como el emisor, ya que sin que exista un mismo código que puedan comprender ambas partes, la comunicación no se llevaría a cabo.

Para Toussaint (1983, 19) la comunicación puede ser de dos tipos: la comunicación humana interpersonal, un individuo con otro, y la comunicación colectiva o por difusión, en este tipo de comunicación, un solo emisor habla a un gran número de receptores. Para el autor los principales elementos de la comunicación son: La fuente o comunicador, el mensaje, el destino o receptor, el intérprete, el campo de experiencia, y la comunicación de retorno. Schramm (1969) describe cada uno de estos elementos, en donde establece que *“La fuente puede ser una persona (que habla, escribe, dibuja o hace gestos) o una organización informativa (un periódico, una casa editora, una estación de televisión o un estudio de cine). El mensaje puede tomar la forma de la tinta en el papel, de las ondas sonoras en el aire, de los impulsos, de una corriente eléctrica, de un movimiento de la mano, de una bandera que ondea, o de cualquier otra señal cuyo significado pueda interpretarse. Y el destino puede ser una persona que escucha, observa o lee; un miembro de un grupo, un grupo que discute, el auditorio de una conferencia, una multitud en el fútbol o una turbamulta; un miembro del grupo determinado que llamamos el público receptor, como es el lector de un periódico o el que mira la televisión”*. Este autor afirma como son las diferentes formas como se pueden presentar un mensaje, es decir los diferentes tipos de códigos que pueden utilizarse para transmitir información, y cómo dicha información puede ir dirigida a una sola persona o un gran número de personas.

Para Toussaint (1983) *“cuando el receptor (público o individuo), recibe un determinado mensaje, lo interpreta, lo compara con sus propios conocimientos, y poco a poco lo va percibiendo y agregando a sus experiencias.”* Con ello el investigador menciona nuevamente a la experiencia como un elemento importante que ayuda al receptor a decifrar el mensaje y que mejora la comunicación.

Así también Schramm (1969) establece que *“una comunicación humana, interpersonal o de grupo, es en la cual no sólo se da y recibe la información, sino que aparece un aspecto más importante: la comunicación de retorno (feed-back), la respuesta abierta e inmediata, fenómeno que no ocurre de igual forma en la comunicación colectiva, donde la respuesta a un mensaje es más limitada por parte de los públicos perceptores.”* Esta retroalimentación que Schramm nombra como “feed-back”, se experimenta repetidas veces cuando las personas hacen uso de un celular, en cada momento que lo utilizan para entrar en contacto con otra persona con una llamada telefónica, ya que el emisor transmite información para posteriormente recibir una retroalimentación inmediata, que se convierte en nueva información para el emisor y que a su vez lo convierte en receptor.

Según Toussaint (1983, 32) *“los mensajes son la expresión de ideas, contenido, puestas en determinada forma (tratamiento mediante el empleo de un código)”*. Así también el mismo autor establece que *“existen muchos códigos en la comunicación: símbolos visuales, gestos, señales con las manos, lenguaje, escritura, etc. Debemos elegir uno u otro código cada vez que nos comunicamos. El código que más comúnmente utilizamos es el verbal, el lenguaje”*. Lo que nos demuestra como el celular es un medio de comunicación que emplea diversos tipos de códigos, no sólo el lenguaje verbal, que con deferentes tonos de voz, énfasis en ciertas palabras u otros el emisor puede transmitir no sólo la información verbal, sino también su estado de ánimo el

contexto en el que se encuentra y otros. El celular hace uso del lenguaje escrito, lo que hace a su vez de este aparato un objeto multifacético. Así mismo, Toussaint (1983) también menciona que *“el fin básico de la comunicación es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea.”* Ello señala como la información que se transmite momento a momento a través de un teléfono celular, genera un impacto y alteran la vida de las personas que forman parte del proceso comunicativo.

Toussaint (1983) cita a David K. Berlo (1971), cuando este indica que la comunicación deber ser: *“Sencilla, coherente y dirigida hacia un objetivo; en donde el objetivo consiste en provocar una determinada conducta en el que recibe nuestra comunicación; no se debe divagar o establecer la comunicación ambiguamente; sin olvidar que esta comunicación debe hacerse en forma tal que seamos entendidos.”* El mismo autor al analizar lo dicho por David K. Berlo, nos proporciona estos cuatro puntos importantes, con los cuales se puede llegar a establecer si se lleva a cabo una buena comunicación interpersonal a través del uso del teléfono móvil, y los cuales se emplearán como base para el momento de llevar a cabo encuestas y/o entrevistas al objeto de estudio.

Scrhamm (1969) establece un modelo de los diferentes canales técnicos del proceso de la comunicación, en donde establece que: *“de esa multiplicidad de mensajes, el perceptor selecciona los que menor esfuerzo le ocasionan para percibir su significado, los que más llaman su atención y más despiertan necesidades de su personalidad, y los que mejor respeten el conjunto de normas de grupo y valores, ya que el perceptor es parte de un grupo social determinado”.* Lo dicho por Scrhamm menciona la intervención de la parte social, es decir la influencia que tiene el grupo social al cual pertenece el receptor del mensaje, lo que influye en cómo éste último percibe el mensaje y selecciona aquello que le significa un menor esfuerzo en comprender.

Es importante conocer lo que la comunicación es, sus elementos y los tipos de comunicación que existen, ya que es de interés para esta investigación, la comunicación interpersonal principalmente, siendo la que se produce de un individuo con otro. A continuación hablaremos del teléfono móvil y de su participación en la comunicación interpersonal.

2.2 El teléfono móvil como principal medio de comunicación hoy en día.

Según Cruz, Dinel y Jiménez (2009) El teléfono celular es en nuestros días el principal medio de comunicación, y el que más espacios y entornos abarca por sus características trascendentales de tamaño y manejabilidad, mismas que le han dando el seudónimo de móvil.

El celular como objeto de comunicación, es definido por Cortéz (2003), como un *“teléfono móvil que surgió en los inicios de la segunda Guerra mundial, cuyo antecesor es el llamado Handie Talkie H12-16 y que a su vez constituye una de las tecnologías que más avances ha tenido”*. No es de extrañar que dicho autor coloque al celular como un aparato que evolucionó a pasos agigantados desde su invención, ya que hemos sido testigos de dicho evento, tan sólo con recordar los enormes teléfonos móviles que comenzaban a introducirse en el

mercado a comparación con los delgados y ligeros modelos que circulan en nuestras manos hoy en día.

De acuerdo con Cruz, Dinel y Jiménez (2009), el primer teléfono móvil en el mundo fue creado por Martin Cooper, ejecutivo de la compañía Motorola, quien después de 15 años de estudios y 150 millones de dólares invertidos presenta en 1973 el modelo DynaTAC 800OX. A partir de las aperturas de las redes comerciales, es cuando el teléfono celular emprende una acelerada evolución, pasando de ser un pesado teléfono de 780 gr y dimensiones de 33 x 9 x 4.5 cm, a los diminutos móviles que actualmente conocemos, y cuyo precio evolucionó de la misma manera, ya que el DynaTAC tenía un costo de 3,600 dólares, al ser un objeto de avanzada tecnología a un bajo precio y facilidades de pago, razón por la cual es una de las tecnologías más difundidas entre la población de todo el globo. *“Los celulares pasaron de ser un objeto de lujo para personas de negocios a ser un servicio accesible para casi toda la población.”* Cruz, Baez y Jimenez (2009).

¿Qué es el celular para las personas, entonces? Al cuestionar de forma rápida a diversas personas cercanas acerca de lo que el celular es para ellos, entre las múltiples respuestas obtuvimos que el celular es un sinónimo de tecnología, así como un aparato, una herramienta de trabajo, un medio de comunicación con la familia, un medio de distracción y captura de datos, un reloj despertador; dichas respuestas tan variadas nos hablan de lo multifacético que este objeto es, y retomando lo antes dicho por estudiosos del campo, podemos establecer que el celular es un objeto que siendo diseñado como un medio de comunicación móvil en su inicio, es un artefacto fabricado por el ser humano, capaz de afectar nuestros sentidos y de llevar a cabo diversas funciones para beneficio de las personas que lo usan.

2.3. El teléfono móvil como objeto que afecta la vida social de las personas.

Siendo el celular “un objeto” que se ha ido introduciendo en la vida de las personas afectándolas de diversas maneras, a continuación se presenta lo que varios investigadores y estudiosos hacen referencia de los objetos que nos rodean, los cuales tienen impacto en nuestras vidas y la manera cómo nos relacionamos con las demás personas.

Para Moles (1975) *“Etimológicamente (objetum) significa lanzado contra, cosa existente fuera de nosotros mismos, cosa puesta delante de nosotros que tiene un carácter material: todo lo que se ofrece a la vista y afecta a los sentidos”*. Con ello el autor nos dice que un objeto es aquello externo a nuestra persona, material, y que afecta nuestros sentidos.

Martín Juez (2002), establece que *“el objeto: no es solo funcional, también está cargado de sentidos, es una idea, una metáfora de orden colectiva ya que todos estos puntos van a depender del usuario (cada persona le da un tratamiento diferente a un objeto, pese a que existan objetos idénticos y un consenso con respecto a su uso).”* Lo que nos lleva a reflexionar sobre el celular como un artefacto “cargado de sentidos”, un objeto que tiene una gran influencia del ambiente en el que se encuentra, así como de los aspectos culturales y sociológicos, por lo que un mismo celular, mismo modelo, marca y demás que sea utilizado por dos personas diferentes, tendrá un tratamiento diferente respecto al uso que le cada persona.

El mismo autor anterior señala que *“Con los objetos se elaboran y preservan creencias e instituciones; el diseño nos marca, designa pautas y establece patrones que se traducen en habilidades y destrezas peculiares de cada comunidad a la que pertenecemos y para cada situación contextual. Los objetos nos unen y nos separan de la realidad: son parte fundamental de la*

argamasa con la que se edifica una cultura, la referencia directa para situar nuestra identidad; ellos son, en muchas ocasiones, la forma más entrañable de recordar quiénes somos y saber quién soy yo entre nosotros.” Con ello recordamos cómo un objeto, en nuestro caso el celular, no es algo aislado sino que se encuentra fuertemente relacionado con las creencias, las habilidades y destrezas de las personas que los utilizan, son la manera cómo éstas se unen a la realidad, cuando por ejemplo se ponen en contacto con algún amigo, compañero de trabajo, familiar; o bien un celular también nos separa de realidad, cuando lo empleamos como un medio de distracción, entretenimiento, al jugar videojuegos con este artefacto. Un celular es mucho más que la función primaria que realiza, es un medio mediante el cual se crea un vínculo entre nosotros y el mundo que nos rodea, el celular es un objeto que influye continuamente en nosotros y en nuestras vidas, al despertarnos cada mañana con un timbre de nuestro agrado o desagrado que nos ayude a ponernos de pie; al proporcionarnos información importante que afecta continuamente nuestras actividades con una simple llamada que contenga información laboral o acerca de una beca de estudios, por poner un ejemplo.

Así mismo el celular puede tener una gran cantidad de ventajas para sus usuarios, pero como todo el resto de objetos, tiene desventajas, tales como: el celular crea dependencia, se llega a crear un vínculo tan fuerte entre este objeto y la persona que el simple hecho de no llevarlo consigo un día genera preocupación para el usuario, esto fue demostrado mediante un estudio presentado por CNN, en donde la compañía de SecurEnvoy lleva a cabo un estudio en Gran Bretaña sobre el uso de los teléfonos móviles, el cual estableció con respecto a sus resultados, que el 66% de la población en ese país teme salir (y vivir) sin sus celulares. En este estudio se habla de un problema actual que sufren las personas que usan teléfonos celulares, al cual llaman nomofobia. *“La palabra nomofobia proviene del inglés no mobile phone phobia (fobia a no tener teléfono móvil) y es un problema reciente.”* CNN México (2012). Así también SecurEnvoy mediante este estudio obtuvo que *“Los jóvenes de entre 18 y 24*

años fueron el grupo que presentó mayor preocupación por perder su celular (77%), seguidos por personas de 25 a 34 años (68%) y en tercer lugar los adultos de más de 55 años.” Ello se ha tomado muy en cuenta para enfocar nuestra investigación a este sector de jóvenes de entre 18 y 25 años de edad, unidad de medición que será explicada posteriormente.

La investigación realizada por esta empresa de SecurEnvoy la cual es analizada por el noticiero de CNN México (2012), nos demuestra cómo el celular es un objeto que ha logrado formar un fuerte vínculo con las personas, ya que es una fuente importante de información para el usuario, tanto que al perder el objeto dicha información se pierde con éste y/o puede ser utilizada de manera incorrecta, lo que es motivo de gran preocupación para el dueño del aparato, tal y como lo prueban los resultados del estudio.

Una vez que hemos definido lo que es la comunicación, el tipo de comunicación que se analizará en esta investigación, así como hemos descrito al teléfono celular desde su origen y como objeto que infuye en la relación social de las personas, es importante también introducir la semiótica la cual constituye un elemento importante dentro de la comunicación.

2.4 La semiótica en la comunicación.

Al tratar el tema de la comunicación es inevitable introducir a la semiótica dentro de este estudio, más aún cuando lo que se pretende es conocer la manera cómo el celular influye en la forma cómo las personas (jóvenes) se comunican y se relacionan entre sí, ya que es importante para nosotros conocer “el significado” que el celular tiene para los jóvenes.

De acuerdo con Toussaint (1983, 41) *“En el enfoque semiológico se estudian los signos como reductibles a las leyes del lenguaje”*. El mismo autor señala que para Umberto Eco *“La semiótica pretende demostrar que, bajo los diversos procesos culturales hay sistemas constantes que permanecen ocultos.”* Por lo cual la semiótica considera también los hechos socioculturales como signos. Siendo el celular un artefacto que permite la comunicación móvil, y que emplea signos y señales, es necesario incurrir en el interesante campo de la semiótica para comprender el significado de dichas señales y también el significado de la relación que se forma entre este aparato y las personas.

Capítulo III – Metodología

En esta ocasión hablaremos de la metodología de investigación que se siguió para el desarrollo de esta tesis, se explicará el proceso que se tuvo que realizar desde que se seleccionó el tema de investigación y se dio paso a la recopilación de información para su análisis y obtención de las variables, de las cuales fueron localizados ítems para una posterior aplicación de encuestas y observaciones que nos permitieran encontrar “hallazgos” importantes para esta investigación.

Para iniciar con la descripción de la estructura metodológica, se presentará a continuación el esquema metodológico que sintetiza el proceso realizado, así mismo retomaremos información base para una metodología de investigación.

Estudios anteriores, como el de “Los adultos no sueltan el celular ni cuando duermen” publicado por CNN en español en el 2010, se han enfocado en el celular y su relación con el estrés, la modificación de ciertos hábitos consecuencia de introducir el celular en las vidas de los usuarios, así como la relación del uso del celular con los accidentes automovilísticos, más no el impacto que éste tiene en las vidas de los jóvenes estudiantes y cómo ello afecta a la comunicación que no es mediada por ningún aparato como lo es la comunicación cara a cara. Por ello nuestra investigación ha sido en un inicio una **investigación exploratoria**. Para definirlo de mejor manera, recordamos lo que establecen “los estudios exploratorios tienen como objetivo esencial familiarizarnos con un tópico desconocido o poco estudiado o novedoso... sirven para desarrollar métodos a utilizar en estudios más profundos” (Hernández Sampieri, et al. (2004,133).

En la medida en que se estudian tres variables diferentes: el significado del celular, la comunicación cara a cara entre los jóvenes estudiantes y el uso

del celular, y sus relaciones entre ellas, esta investigación pasa de ser un estudio exploratorio en sus inicios para ser un **estudio correlacional**, “los estudios correlacionales pretenden observar cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si no se relacionan.” (Hernández Sampieri, et al. (2004,133). La relación o no de las variables de estudio para esta investigación es de suma importancia ya que es lo que nos indicará el impacto que tiene el celular en la comunicación cara a cara en los jóvenes estudiantes del Area Metropolitana de Monterrey, más específicamente los estudiantes de la Facultad de Arquitectura en la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Esquema metodológico

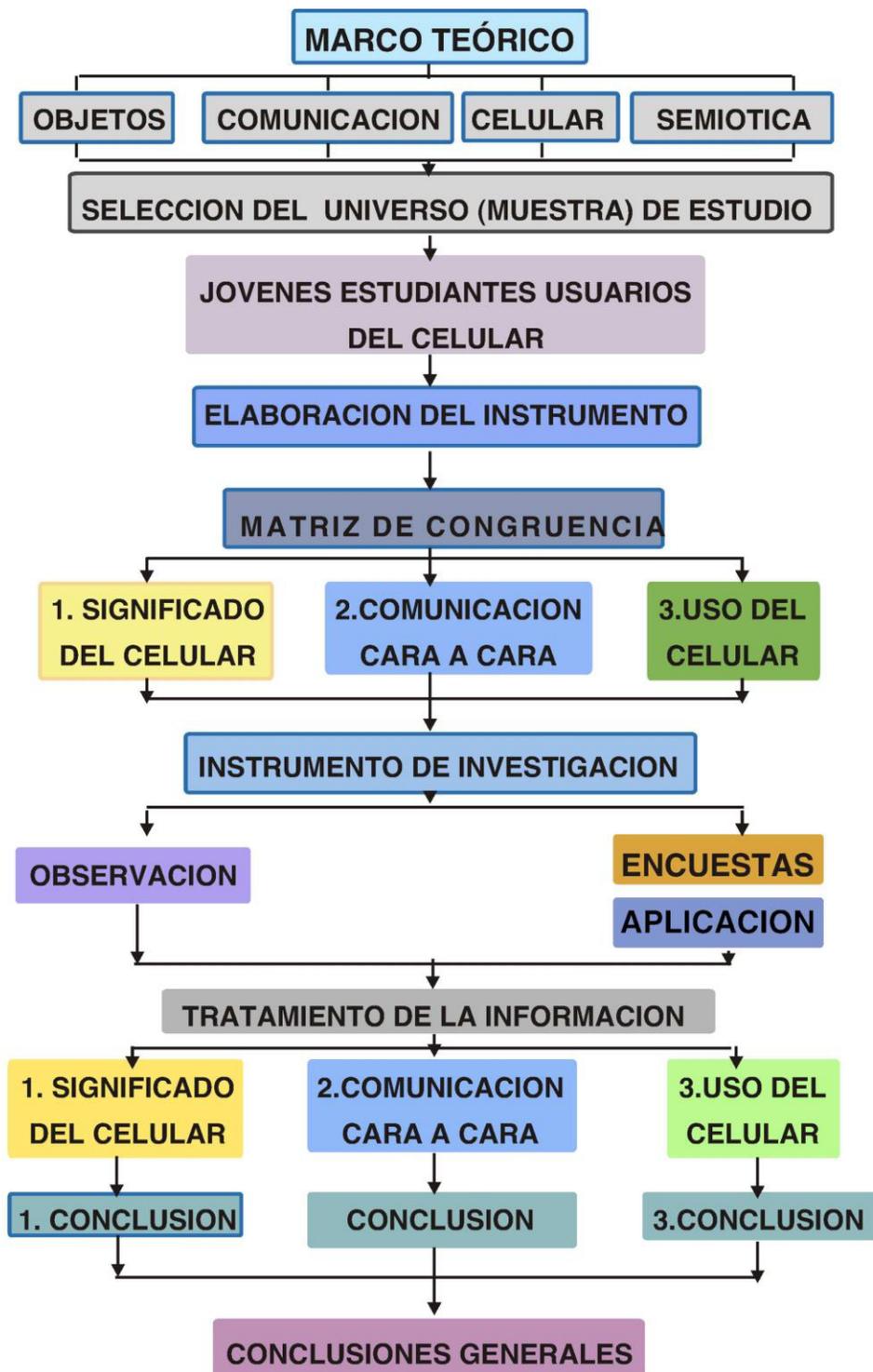


Figura 2

3.1 Selección del Universo (Muestra) de estudio.

En esta fase del capítulo de la Metodología presentamos la explicación por la cual nuestra población meta son los “jóvenes estudiantes del área Metropolitana de Monterrey”.

El universo de estudio que corresponde a nuestra tesis son los jóvenes estudiantes del Área Metropolitana de Monterrey, más específicamente jóvenes estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la UANL.

Los jóvenes usuarios del celular, fueron seleccionados como población meta, debido a que de acuerdo con un estudio publicado por CNN México (2012) en donde se presentan los resultados de una investigación realizada por SecurEnvoy, en la cual se obtuvo que *“Los jóvenes de entre 18 y 24 años fueron el grupo que presentó mayor preocupación por perder su celular (77%), seguidos por personas de 25 a 34 años (68%) y en tercer lugar los adultos de más de 55 años.”*, lo que cual se ha tomado en para enfocar nuestra investigación a este sector de jóvenes de entre 18 y 25 años de edad, como grupo que de acuerdo con el estudio, presenta mayor grado de “preocupación” y atención por este aparato como lo es el celular.

Jóvenes estudiantes de la Facultad de Arquitectura, representan una población a nuestro alcance para llevar a cabo la aplicación de nuestro instrumento, así como proporcionarnos toda la información que requiere la investigación. Así mismo, representa una población bastante heterogénea, en la cual podemos encontrar estudiantes de diferente niveles socioeconómicos que pudieran enriquecer la información.

La UANL cuenta con una población de 153 mil estudiantes, de acuerdo con estudios realizados en el presente año. De los cuales la Facultad de Arquitectura cuenta con una población estudiantil promedio de 4,200 estudiantes

por semestre. De estos, 2,900 son de Arquitectura, 1,100 de Diseño industrial y 200 del Posgrado. Dichos datos fueron publicados por la Dirección de la Facultad de Arquitectura de la UANL en el Primer Informe Anual de actividades del Director de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, M.C. Francisco Fabela Bernal, correspondiente al periodo escolar Agosto 2010 – Julio 2011.

3.1.1 Localización y medio físico

Nuestro Universo de estudio al cual ha sido aplicado el instrumento de investigación, se localiza en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, que está ubicada en Pedro de Alba, Avenida Universidad s/n, Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, en Nuevo León, México. Dentro del Área Metropolitana de Monterrey.

De acuerdo con los datos históricos proporcionados en el sitio de internet de dicha Facultad de Arquitectura, en 1962 se inauguró el edificio actual que conforma la Facultad de Arquitectura, en la Ciudad Universitaria. Anteriormente tuvo cede en diversos domicilios antes de permanecer dentro de Ciudad Universitaria, su domicilio actual.

El edificio principal fue aumentado con el anexo del edificio polivalente, más a parte dos edificios de laboratorios y talleres y uno de oficinas y aulas para Diseño Industrial.

La Facultad de Arquitectura cuenta con la siguiente infraestructura de 30 salones de clases con una extensión de 2,442 m² y una biblioteca de licenciatura de 682 m², con un acervo total de 22,782 ejemplares.

El origen de la Facultad de Arquitectura en la UANL.

En 1946, durante la rectoría del Dr. Enrique C. Livas, se inicia el proyecto para crear una nueva escuela para preparar profesionalmente a todas las personas capacitadas que aspiraran al estudio de la Arquitectura, quienes antes se veían forzados a trasladarse a la ciudad de México, en el centro del país, o a las universidades norteamericanas para convertirse en arquitectos.

Es entonces cuando el Director de la Facultad de Ingeniería, Ing. Manuel Martínez Carranza, en coordinación con la junta de profesores de dicha Facultad, agregaron un curso de Arquitectura dentro de su plan de estudios.

En agosto de 1946, la Facultad de Ingeniería solicitó al Honorable Consejo Universitario su autorización para el funcionamiento del curso de Arquitectura adscrito a esa dependencia universitaria. El Consejo Universitario accedió a esa solicitud. El 18 de septiembre del año anteriormente mencionado dio inicio el curso bajo la jefatura del Arq. Joaquín A. Mora, teniendo ocho los primeros maestros de la Facultad de Ingeniería Civil. Tres de ellos Arquitectos: Joaquín Antonio Mora Alvarado (t), acuarelista que incluso llegó a ser rector de la UANL; Lisandro Peña Flores (t), excelente acuarelista y también pianista de jazz; y Oswaldo Reyes.

La primera sede de Arquitectura (1946) fue el ala norte del edificio del Colegio Civil, que da a la calle Washington. Después ocupó una casona de la calle Padre Mier (ya derruida), entre Garibaldi y Cuauhtémoc. Hacia 1960 pasó a la calle de Matamoros, entre Zuazua y Dr. Coss, en donde hoy está el teatro de la Ciudad.

En 1962 inauguró su edificio actual, en la Ciudad Universitaria. (Información obtenida del sitio oficial de la Universidad Autónoma de Nuevo León).

3.1.2 Antecedentes históricos

La Universidad Autónoma de Nuevo León es una institución pública, en donde se docentes se dedican enteramente a la formación de profesionistas capaces de desempeñarse laboralmente y éticamente en nuestra sociedad. Así mismo dicha Universidad es catalogada a nivel nacional como la tercera universidad más grande de México y la institución pública de educación superior más importante y con la mayor oferta académica del noreste del país, de acuerdo con el Primer informe Anual de actividades del Director de la Facultad de Arquitectura de la UANL (Agosto 2010-Julio 2011).

Actualmente esta Universidad cuenta con alrededor de 141 mil estudiantes, 6 mil 097 docentes, siendo 2 mil 909 de tiempo completo. Cuenta con 27 centros de investigación, 84 bibliotecas, con 2 millones 238 mil volúmenes de consulta. (Origen sitio oficial web de la UANL 2012).

3.2 Elaboración del instrumento de trabajo

Para la elaboración del instrumento de trabajo se llevó a cabo una matriz de congruencia en la cual se concretan las preguntas de investigación, el objetivo general, los objetivos específicos, la hipótesis y las variables de esta investigación. Posteriormente se definieron las variables, así como los items que conformarían el instrumento de medición de este estudio. A continuación se presentan cada uno de ellos.

3.2.1 Matriz de congruencia de la investigación

Título	Relación entre jóvenes y el teléfono celular en el área Metropolitana de Monterrey.		
Preguntas de investigación	¿Qué significado tiene el celular para los jóvenes en este momento en el AMM?	¿De qué manera se ven afectadas las relaciones cara a cara por el uso del celular entre los jóvenes, en este momento en el AMM?	¿Cuál es el uso que le dan al celular los jóvenes en este momento en el AMM?
Objetivo general	Analizar los efectos que tiene el uso del celular en las relaciones interpersonales entre los jóvenes en este momento en el Área Metropolitana de Monterrey.		
Objetivos específicos	Conocer el significado que tiene el celular para los jóvenes en este momento en el AMM.	Identificar los efectos que tiene el uso del celular en las relaciones cara a cara entre los jóvenes en este momento, en el AMM.	Conocer el uso que le dan los jóvenes a su celular en este momento en el AMM.
Hipótesis	“A mayor cantidad de tecnologías incorporadas al celular se establecen nuevas estrategias de comunicación, a pesar de que disminuye la comunicación cara a cara.”		
Variables	El significado	Relación cara a cara con otras personas. (Comunicación)	Uso del celular

3.2.2 Definiciones

VARIABLE	DEFINICION
El significado del celular	Es el concepto que tienen las personas de su celular, el contenido mental que tienen del mismo. Este depende de cada persona, ya que cada una le asigna un valor mental al significado, pero por convención este significado debe ser igual para realizar una comunicación óptima (Saussure, 1995).
Comunicación cara a cara entre los jóvenes	La comunicación es <i>“cuando el receptor (público o individuo), recibe un determinado mensaje, lo interpreta, lo compara con sus propios conocimientos, y poco a poco lo va percibiendo y agregando a sus experiencias.”</i> . La comunicación puede ser de dos tipos: la comunicación humana interpersonal, un individuo con otro, y la comunicación colectiva o por difusión, (Toussaint, 1983).
Uso del celular	Son las acciones que realiza el usuario con su celular, tales como llamadas, mensajes de texto, búsqueda de información en internet, entretenimiento, cámara fotográfica, imágenes, música, entre otras.

3.2.3 Operacionalización de las variables.

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEM
Significado del celular	Importancia	Valor sentimental	1.1 ¿Que tanto apego tienes con tu celular (escala?)
		Información personal	1.2 ¿Cuántos contactos tienes en tu celular? 1.2.2 ¿Podrías clasificar los contactos de tu celular? Familiares, amigos, compañeros de trabajo) 1.2.3 ¿Cuántas fotografías tienes en tu celular en este momento? 1.2.4 ¿Cuántos mensajes tienes en tu celular en este momento?
		Valor económico	1.3 Tu celular actual, ¿lo compraste o te lo regalaron? Si lo compraste ¿Cuánto te costó tu celular? 1.3.2 ¿Cuál crees que es el precio actual de tu celular si lo vendieras? 1.3.3 ¿Piensas que tu celular tiene un valor agregado? Si tu respuesta es si ¿Cuál es?

		Capacidad de almacenaje	1.7 ¿Cuál es la cantidad de GB que tiene tu celular?
		Multifuncional	1.8 ¿Para qué usas tu celular?
	Desventajas	Distracción	1.9 ¿Qué te distrae de tu celular?
			1.9.2 ¿Con que frecuencia tu celular te distrae de tus actividades?
			1.9.3 ¿Cuáles son las Consecuencias de que tu celular te distrae de tus actividades?
		Gastos	1.12 ¿Cuánto dinero inviertes en tu celular al mes, en saldo de tiempo aire y en la compra de aplicaciones?
		Motivo de robo	1.13 ¿Has perdido tu celular? 1.13.3 ¿Te lo han regresado? 1.13.4 ¿Te han robado tu celular? 1.13.5 ¿Qué sentiste cuando te robaron tu celular?
		Facilidad para la extorsión	1.14 ¿Te han intentado extorsionar? 1.15 ¿Qué fue lo que sentiste?

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ITEM
Uso del celular	Número de celulares de por vida	Cantidad	3.1 ¿Cuántos celulares tienes actualmente? 3.1.2 ¿Cuántos celulares has tenido en tu vida?
		Tipo de celular	3.2 ¿De qué Marca/Modelo es(son) tu(s) celulares?
		Motivos de cambio de celular	3.3 ¿Haz cambiado de celular? 3.3.2 ¿Cuál es la razón por la que haz cambiado de celular? Pérdida, robo, razones estéticas y/o funcionales
		Aspectos estéticos	3.4 ¿De qué color es tu celular? 3.4.2 ¿Cuenta con accesorios?
	Tiempo con su celular actual	Meses	3.5 ¿Cuánto tiempo tienes con tu celular actual?
		Nivel de satisfacción	3.6 ¿Satisface sus necesidades actuales? (Escala)

		Conocimiento de sus funciones	<p>3.7 ¿Conoces todas las funciones que realiza tu celular?</p> <p>3.7.2 ¿Cuáles son las funciones que más usas de tu celular actual?</p>
	Actividades	Entretenimiento	<p>3.8 ¿Para qué usas tu celular?</p> <p>3.8.2 ¿Cuántas veces usas tu celular para entretenerte en el día?</p>
		Comunicación	<p>3.8.3 ¿Cuántas veces usas tu celular para comunicarte con otras personas?</p> <p>3.8.3.2 ¿Con quienes te comunicas con mayor frecuencia? Amigos, familiares, compañeros del trabajo.</p>
		Base de datos	¿Cuántas veces usas tu celular como base de datos (información)?

	Herramientas	Teléfono	3.9 ¿Con qué frecuencia usas tu celular para llamar a alguien al día?
		Reloj	3.9.2 ¿Con qué frecuencia usas tu celular como reloj al día?
		Música	3.9.3 ¿Con qué frecuencia usas tu celular para escuchar música al día?
		Mensajes de texto	3.9.4 ¿Con qué frecuencia usas tu celular para enviar mensajes al día? 3.9.4.2 ¿Cuántos mensajes envías aproximadamente en un día?

	Despertador	3.9.5 ¿Con qué frecuencia usas tu celular como despertador?
	Cámara fotográfica	3.9.6 ¿Con qué frecuencia usas tu celular como cámara fotográfica?
	Agenda	3.9.7 ¿Con qué frecuencia usas tu celular como agenda?
	Internet	3.9.8 ¿Con qué frecuencia usas el Internet en tu celular?
	Juegos	3.9.8 ¿Con qué frecuencia usas los juegos tu celular?
	Block de notas	3.9.9 ¿Con qué frecuencia usas tu celular para tomar notas?
	Calculadora	3.9.10 ¿Con qué frecuencia usas tu celular como calculadora?

3.2.4 Estructura del instrumento de trabajo

3.2.4.1 Estructura de la primer encuesta aplicada.

La encuesta que se realizó a partir de los ítems arrojados por la tabla de operación de las variables, puede ser encontrada en el apartado de Anexos al final de este documento, como Anexo 1. A continuación se describe y analiza cada componente de la encuesta aplicada a los jóvenes universitarios de la UANL.

La encuesta se compone de 47 preguntas de opción múltiple y 5 preguntas abiertas.

La primer pregunta pertenece al grupo de ítems que busca información con respecto a la tercer variable del estudio, **“el uso del celular”**. Cabe señalar que se colocó esta pregunta al principio de la encuesta como una manera de introducir al encuestado poco a poco al proceso del instrumento, haciendo que de esta forma el bombardeo de preguntas no sea inmediato.

Las preguntas que siguen de la número 2 a la 10 buscan reponder a las cuestiones de la primer variable **“el significado del celular”**, en donde se busca obtener información acerca de la **importancia** que los jóvenes estudiantes le otorgan a su celular, obteniendo datos cuantitativos del tipo de información que tienen en su celular y la cantidad, el valor económico resultado de la compra del mismo, así como el valor económico que le confieren ellos, si consideran o no un valor agregado a este aparato, la cantidad de herramientas que utiliza con mayor frecuencia.

Las preguntas que van de la 11 a la 24, pertenecen de igual forma a la primer variable **“el significado del celular”**, y buscan establecer **las ventajas**, tales como una comunicación rápida, un aparato fácil de llevar consigo mismo,

una capacidad de almacenaje, multifuncionalidad; y **desventajas**, como la distracción, el gasto económico que supone, los motivos de robo y la facilidad de extorsión, que pudieran encontrar los jóvenes estudiantes de la Facultad de Arquitectura en su celular.

El siguiente apartado de preguntas que va desde la 24 a la 48 pertenece a la tercer variable que busca dar respuesta al **uso** que le dan los jóvenes estudiantes a su **celular**.

Las siguientes siete preguntas, que corresponde de la 24 a la 31, buscan medir el número de celulares que tienen en promedio los jóvenes estudiantes, tomando en cuenta la cantidad, el tipo de celular actual, los motivos de cambio y los aspectos estéticos de su celular.

La pregunta 32 busca medir el tiempo que los estudiantes jóvenes tienen con su celular actual; mientras que las preguntas de la 33 a la 35 sirven para señalar el nivel de satisfacción del usuario, así como el nivel de conocimientos en cuanto a las herramientas que ofrece el celular a los jóvenes.

Las preguntas 36 a la 38 son preguntas que buscan establecer que tanto el celular puede distraer al usuario y/o entretenerlo, con quiénes tienen mayor comunicación los jóvenes estudiantes hoy en día, si con sus familiares, amigos, compañeros del trabajo, etc.; mientras que las preguntas 39 a la 48 están dedicadas a medir la frecuencia con que los jóvenes utilizan su celular como: base de datos, como teléfono, reloj, para escuchar música, o enviar mensajes de texto.

Las cuatro últimas preguntas que van desde la pregunta 49 a la 52 nos ayudan a establecer el nivel de interés personal que tiene el celular como un aparato funcional para los jóvenes; el nivel de necesidad que siente un estudiante de su celular; así como la importancia que tiene como objeto dentro

de sus actividades diarias y el nivel de importancia como objeto personal. En estas últimas cuatro preguntas se busca medir uno de los rubros más importantes de la investigación, ya que el nivel de necesidad, la importancia que significa un celular para un estudiante como un objeto personal y objeto funcional, conlleva el análisis del “sentir” del usuario, lo que tiene gran relevancia para este estudio sobre todo al momento de relacionar las variables de significado, comunicación cara a cara y uso del celular.

3.2.4.2 Estructura de la segunda encuesta aplicada.

Con el fin de enriquecer nuestra investigación se redactó una segunda encuesta que consta de 20 preguntas, las cuales en su mayoría fueron extraídas del primer cuestionario, y seleccionadas debido a la importancia que representaron en la generación de hallazgos de la investigación. El segundo cuestionario aplicado por escrito y vía internet a los alumnos de la Facultad de Arquitectura se encuentra en el Anexo número 3 al final de la tesis.

La razón por la que se redujo el número de preguntas en este segundo cuestionario, es debido a que en la primer encuesta aplicada los estudiantes dejaban varias preguntas sin contestar, incluso en ocasiones más de la mitad de la encuesta quedaba inconclusa, por lo que se buscó hacer un cuestionario un poco más ameno para los encuestados, obteniendo información relevante que había mostrado hallazgos en la primera encuesta. A continuación se describe cada una de las partes de las que se compone el segundo cuestionario.

Los dos primeros datos que se solicitan, es la edad y el sexo del encuestado, lo que funciona a manera de introducción a los estudiantes, también nos sirve para hacer una comparativa posterior de las respuestas que nos dan los estudiantes varones de las mujeres, de los cuales se habla en el capítulo de los hallazgos.

La primera pregunta que solicita la marca del celular, también es empleada como una introducción para el encuestado al estudio del celular y los jóvenes, en la medida que busca establecer qué tanto conocen los jóvenes a esta herramienta tecnológica que es el celular.

La segunda pregunta que busca obtener información de la edad en la que los jóvenes tuvieron su primer celular, es una pregunta que no se encuentra en el primer cuestionario, pero que se quiso introducir como un dato que podría generar nuevos hallazgos en la relación de edad y el primer contacto con el celular, así como el tiempo que llevan utilizando esta tecnología.

La pregunta número 3 corresponde al tipo de contactos que tienen los estudiantes en sus celulares, lo cual busca medir **el significado** que tiene este instrumento para los jóvenes, en la medida en que los comunica con las personas de su interés.

La cuarta pregunta retoma el concepto del “valor agregado” que pueda tener el celular para los estudiantes, lo cual se encuentra dentro de la variable de investigación de “**el significado del celular**”. Y lo que busca es obtener información acerca de cómo los jóvenes ven a sus celulares, y de qué manera éstos se introducen en su mente.

La quinta pregunta corresponde a la variable “**el uso del celular**”, ya que solicita información de las principales actividades que el encuestado lleva a cabo con su celular, y jerarquizar las que realiza con mayor frecuencia.

La pregunta número seis es otra de las cuales no se encuentra en el primer cuestionario aplicado. Esta pregunta proporciona información acerca del “**significado del celular**” para los jóvenes y qué tanto éstos contestan llamadas de números desconocidos o no y por cual razón.

Las preguntas 7 y 8 van enfocadas a establecer una relación entre el **“uso del celular”** y **“una conversación cara a cara”** que mantienen los estudiantes con otras personas, así como las posibles molestias que pudiera provocar o no el uso del celular cuando se está teniendo una conversación cara a cara con otra persona.

Las preguntas número 9 y 10 retoman el tema del significado de **la pérdida del celular**, y las emociones que causa el perder este objeto de comunicación. Las cuales de nueva cuenta son indicativos de la variable **“el significado del celular”**.

“El significado del celular” es retomado de nueva cuenta en la pregunta número 11, que cuestiona al encuestado acerca de las emociones que experimenta cuando olvida su celular y no lo trae consigo. Así también la misma variable se hace presente en la información recabada por la pregunta número 12 y 13 que van encaminadas a conocer el temor que pueda sentir o no los jóvenes al experimentar un intento de extorsión por celular.

Las preguntas 14 y 15 miden **“el apego”** que tienen los jóvenes usuarios del celular, al cambiar este aparato con relativa frecuencia (en menos de 6 meses) o menos frecuentemente (de 2 a 5 años).

Así mismo la pregunta número 16 busca conocer cómo el celular se introduce en los hábitos de los jóvenes, al establecer si el usuario duerme o no con el celular cerca.

La pregunta 17 busca jerarquizar los contactos con quienes se comunican más los jóvenes en la actualidad, si es con sus familiares o bien los amigos y compañeros de la escuela y/o trabajo. Lo que nos ayuda a establecer **el significado del celular** para los jóvenes usuarios y la forma en que lo usan.

Mientras que la pregunta 18 va enfocada a conocer la percepción que tiene el encuestado en cuanto al **“uso del celular”** y si conversa más con sus familiares y/o amigos por medio de este singular aparato o bien cara a cara. Esta es otra de las preguntas que decidieron agregarse al cuestionario y que no se encontraba dentro del primero, para fundamentar más la investigación y poder hacer una conexión entre lo que los jóvenes usuarios perciben sobre **“el uso de su celular”** y la forma como se comunican con otras personas, así como conocer la manera como se va introduciendo este aparato en las vida social de los jóvenes.

Las dos últimas preguntas fueron seleccionadas del cuestionario anterior, en la medida en que tienen gran importancia para conocer la variable **“el significado que tiene el celular”** para los jóvenes estudiantes, ya que mide el nivel de importancia tanto como objeto para las actividades diarias, como un objeto personal, que tiene el celular.

Posteriormente en el capítulo de hallazgos podrán encontrarse los resultados de la aplicación de este segundo cuestionario.

3.3 Aplicación del instrumento.

3.3.1 Aplicación del primer instrumento de investigación.

Una vez redactada y aprobada la encuesta que fue presentada anteriormente, **se llevó a cabo la aplicación** de nuestro instrumento de investigación en el salón 39 del edificio de Arquitectura, en donde se acudió a las cuatro de la tarde con el objetivo de aplicar la encuesta a los estudiantes de la docente Arquitecta Wendy Gamez.

Se acudió a la aplicación de la encuesta con ropa casual; hubo una pequeña introducción de parte de la Arq. Wendy Gamez del motivo por el cual nos encontrábamos ahí y se optó por no proporcionar información sobre el tema de tesis, ni los objetivos de la misma para no influenciar en las respuestas de los estudiantes.

Durante la aplicación de la encuesta, algunos de los estudiantes se ofrecieron voluntarios para la repartición de los cuestionarios, lo cual fue de gran ayuda para agilizar la aplicación. Se repartieron 42 encuestas.

Mientras los estudiantes contestaban el cuestionario que se les entregó, permanecimos de pie al frente del salón de clases, para acudir rápidamente en caso de que se presentaran dudas. El tiempo que tardaron los alumnos en terminar de contestar las preguntas fue aproximadamente entre 15 y 25 minutos, debido principalmente a la cantidad de preguntas con las que contaba el instrumento.

Hay que mencionar que durante la aplicación se presentaron dudas en tres ocasiones, sobre algunas de las preguntas del cuestionario, por lo que se acudió al sitio donde se encontraba cada uno de los estudiantes que presentaba la duda, para explicar la información que se le estaba solicitando, siempre teniendo cuidado de no influir de ninguna manera en la respuesta. La cual fue propia y

únicamente del encuestado. Dichas dudas se presentaron principalmente en la pregunta que mide el valor agregado que le otorgan los estudiantes a sus celulares, y en cuanto a la jerarquización del tipo de contactos con quienes se comunican los jóvenes con mayor frecuencia.

Al final de la aplicación del instrumento, se dieron las gracias de forma general tanto a los estudiantes por participar en la encuesta, así como a la Arquitecta Wendy Gamez.

3.3.2 Aplicación del segundo instrumento de investigación.

Con el objetivo de profundizar en nuestra investigación, se realizó una segunda aplicación del instrumento, aunque para esta segunda ocasión tal y como se menciona en el capítulo anterior, esta segunda encuesta consta de 20 de las 52 preguntas que conformaban el primer cuestionario aplicado. La nueva encuesta fue aplicada a 128 estudiantes de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, con el apoyo de parte de la Arquitecta Wendy Gamez y la Facultad de Arquitectura, lo que hace que tengamos un total de 162 encuestas aplicadas a estudiantes.

En esta ocasión se le entregaron las encuestas a la docente la facultad de Arquitectura, la Arq. Wendy Gamez, quien las entregó a su vez a sus estudiantes en el momento que ella considerara más conveniente de acuerdo a su clase. Los cuestionarios fueron aplicados en dos de los grupos más numerosos de la Arquitecta. Los cuestionarios fueron recogidos después de su aplicación para transferir esta nueva información para su posterior análisis.

3.4 Empleo del método de la observación de actividades.

Así como se llevó a cabo la aplicación de la encuesta en un salón de clases de la Facultad de Arquitectura, también se realizaron dos estudios basados en la observación del comportamiento de jóvenes estudiantes entre ellos y con su celular, uno de ellos en el café Starbucks ubicado en la Avenida Universidad en San Nicolás de los Garza García, Nuevo León, y el otro en la entrada de la Facultad de Arquitectura de la UANL; en los cuales se enfocó la investigación en la segunda variable que es la **comunicación cara a cara** entre jóvenes, durante la cual el teléfono móvil se hiciera presente.

De acuerdo con Marshall y Rossman (1989; 79) la observación es “una descripción sistemática de sucesos, comportamientos y artefactos en el escenario social estudiado”. El método empleado para la recolección de la información, fue la toma de notas. En base a lo establecido por los autores previamente mencionados, se siguieron una serie de pasos que incluyen: Describir el contexto: El sitio en que ocurre la observación, es decir el escenario físico. Para después describir a los participantes: Edad, género, raza, descripción física y atuendo. Posteriormente, describir quién es el observador. Describir las acciones de los participantes, tanto el comportamiento verbal como el no verbal. Interpretar la situación. Sugerir el significado. Considerar interpretaciones alternativas de la situación, dando razones para las conclusiones a que lleguemos. Si se mirara la situación desde otra perspectiva, ¿Afectaría las conclusiones alcanzadas?. Así como explorar los sentimientos como observador (el análisis reflexivo siempre es importante en la investigación).

El proceso de observación que se realizó en el café Starbucks, se llevó a cabo el domingo 2 de septiembre del 2012, a las 5:50 de la tarde y tuvo duración de una hora aproximadamente. El clima de ese día era soleado con pocas probabilidades de lluvia, de acuerdo con el pronóstico.

A las cinco con cuarenta minutos se acudió al Starbucks con el objetivo de llevar a cabo una observación de todos los jóvenes que se encontraran en el lugar y que contaran visiblemente con un celular.

Al llegar al establecimiento se compró un frapuchino sabor café, nos sentamos en una mesa de la parte posterior, lo que nos permitió una vista más amplia del resto de los consumidores; al cabo de unos minutos nos dispusimos a escribir todo cuanto sucedía a nuestro alrededor, principalmente con respecto a los grupos de jóvenes que contaban con un celular. En nuestra mesa se colocó material escolar, para procurar pasar desapercibidos y de esta manera no hacer notar nuestra actividad de observación. La mayoría de las personas que se encontraban dentro del starbucks eran grupos de 2 y 3 personas entre los 19 y 30 años de edad, con la presencia de pocos grupos de personas entre los 40 y 50 años.

Los objetos de estudio para este caso, las personas que se encontraban en ese momento dentro del Starbucks, en su mayoría eran estudiantes, ello se podía constatar ya que a su alrededor contaban con libros, libretas, computadoras portátiles, entre otros. Se observaron y describieron las actividades realizadas por un total de 8 grupos de personas que eran los más cercanos a nuestra ubicación, los grupos estaban compuestos por: una estudiante entre los 18 y 24 años de edad, un joven entre los 20 y 28 años de edad, tres jóvenes varones y una mujer entre los 23 y 28 años, una joven entre los 25 y 28 años de edad, dos jóvenes con computadoras portátiles entre los 25 y 30 años de edad, una pareja de jóvenes en apariencia novios, entre los 19 y 25 años de edad, un grupo de cuatro señoras entre los 40 y 50 años de edad, un padre de familia con su pequeño niño entre los 3 y 5 años de edad, y la madre entre los 38 y 45 años de edad.

Una vez que se observó el comportamiento de los sujetos que se encontraban en el café en ese día, y que al cabo de un tiempo sus acciones comenzaron a repetirse, y no acontecía alguna acción de relevancia para el estudio, dimos por finalizada nuestro proceso de observación y nos retiramos del lugar a las seis y media de la tarde.

La segunda observación se llevó a cabo en la entrada de la facultad de Arquitectura de la UANL, el día 4 de marzo del 2013 a las 2 de la tarde. La observación tuvo una duración de cuarenta minutos, lapso durante el cual se observaron a todos los estudiantes y las diversas actividades que realizaban en la entrada de la escuela.

Nos colocamos en una de las lunetas de concreto con material escolar en mano para no mostrar evidencia de la observación que se estaba llevando a cabo. Nos dispusimos ha describir todo cuanto acontecía a nuestro alrededor. Debido al constante paso de los estudiantes por la entrada de la facultad, se decidió observar a aquellos que pasaran un tiempo aproximado de 15 minutos en el entorno en el que nos encontrábamos.

Se pudo observar a dos parejas de estudiantes entre los 17 y 20 años, en apariencia novios, los cuales se encontraban recostados en el césped cercano a la entrada de la sala polivalente, hacían uso constante del celular, tomándose fotografías y escribiendo datos en el aparato, que podrían tratarse de mensajes de texto, juegos o internet.

Así también se observaron a dos estudiantes un varón y una mujer que concentraban su atención en trabajos escolares, en la espera aparente de una clase, sus actividades se vieron interrumpidas al menos en una ocasión por el uso del celular, en lo que parecía enviar mensajes.

Un grupo de jóvenes se hizo presente en nuestra observación, la mayoría varones entre los 17 y 20 años de edad, alegres y conversando avivadamente entre ellos, la presencia de los celulares en un principio no se hizo notar, no obstante en menos de 15 minutos de observación el primer celular salió en manos de uno de los jóvenes, el cual se puso a atender una llamada telefónica por lo que se alejó unos cuantos pasos de sus compañeros, para después de un instante regresar a ellos.

El celular como reproductor de música pudo ser observado en dos casos de jóvenes varones que se encontraban sentados en la entrada de la facultad, probablemente a la espera de una clase, por lo que una forma de entretenerse y pasar el tiempo para estos jóvenes los llevaba a hacer el uso de su celular como medio de entretenimiento.

Así también se pudo observar a tres estudiantes que pasaban por la entrada, haciendo uso de celular en ese preciso momento, dos de ellos manteniendo una conversación mediante el celular, y el tercero escribiendo datos en el aparato.

El celular aunque en primera instancia no parecía ser el centro de atención de los estudiantes a nuestro alrededor, en la mayor parte de los casos observados se hizo presente, haciendo las funciones de comunicador o bien para tomar fotografías y/o escuchar música.

La observación finalizó a las 2:40 de la tarde, tiempo en el cual debíamos retirarnos del área de observación para regresar a nuestras labores como profesionistas.

Cabe señalar que ninguno de las personas estudiadas fue conciente de que era observado, así como es relevante anticipar un hallazgo que se encontró casi inmediatamente, la mayoría de las personas (después de observar

rápidamente el lugar y sus asistentes) contaban con un teléfono celular, el cual se encontraba ubicado principalmente en un sitio que era cercano a su dueño.

Actualmente nos encontramos en la **transferencia de la información** que tanto el estudio cuantitativo como el cualitativo han arrojado, todo ello para poder analizar los “Hallazgos de la investigación” o bien “Pistas de investigación”, que constituyen la base para la comprobación o bien para refutar la hipótesis planteada al inicio de esta tesis.

Es en esta fase en donde tenemos que retomar la hipótesis y nuestros objetivos escritos al inicio de nuestra investigación, así como recurrir a los autores que fueron la base para el estudio y establecer relaciones o no entre las variables, buscando información que respalden a nuestros hallazgos.

Al final de nuestro recorrido, después de encontrar los hallazgos de investigación se redactarán conclusiones que correspondan a cada una de las variables, así como conclusiones generales que integren en un todo las pistas de investigación localizadas, las relaciones o no entre las variables y la afirmación o refutación de nuestra hipótesis.

Los hallazgos encontrados al aplicar el instrumento de investigación son una parte importante para este estudio, serán tratados en el siguiente capítulo de esta tesis, ya que significan no solo la afirmación o bien refutación de la hipótesis sino también los indicios para futuras investigaciones, con ello lo que intentamos decir es que las conclusiones generales que corresponden a esta investigación, no representan el final de la misma sino el comienzo de un cúmulo de conocimientos sobre los posibles efectos que tiene el celular en las generaciones de estudiantes jóvenes, así como una posible comprobación de cómo un objeto altera y modifica las formas en cómo llevamos a cabo nuestra vida y sobre todo cómo nos comunicamos con los demás.

Capítulo IV – Hallazgos de investigación.

4. 1 Hallazgos resultado de la aplicación del primer instrumento de investigación.

En este capítulo nos concentraremos en los resultados arrojados por la aplicación de la primer encuesta realizada a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura en la UANL. Las respuestas de cada usuario de celular entrevistado, fueron trasferidas al programa de Excel y se realizaron gráficas que pudieran representar la opinión de la mayoría y la minoría de los encuestados. A continuación se presenta un análisis de dichos resultados.

El tipo de contactos que la mayor parte de la población de jóvenes encuestados se comunicaba con mayor frecuencia, fue “Amigos” seguido por “Familiares” y “Compañeros de trabajo”. (Figura 1.1 Anexo 2- gráficas representativas de los hallazgos del estudio cuantitativo de la investigación).

La mayor parte de la población encuestada, **no encuentra un valor agregado a su celular**, sin embargo aquellos que sí encuentran un valor agregado, **colocan al internet** como principal valor agregado, seguido por la cámara fotográfica, oficina móvil, eficaz para actividades de la vida cotidiana, despertador, y aplicaciones. (Figura 1.2 Anexo 2)

Ha pesar de que el 44% de los usuarios del celular encuestados responden que **no se le interrumpen llamadas**, no es el 100%, **existen personas a las que sí se les corta una llamada** que vienen conformando más de la mitad de los encuestados. (Figura 1.3, Anexo 2)

El 49% de la población encuestada considera que su **celular interrumpe sus actividades**, entre 1 y 3 veces al día. (Figura 1.4, Anexo 2)

Los encuestados que han **perdido su celular** dijeron haber experimentado principalmente **sentimientos de: preocupación**, mientras que el 20% de la población señaló **desesperación**, otro 20% **angustia**, 20% otros sentimientos desde **ira, coraje, tristeza**. (Figura 1.5 y 1.6 Anexo 2)

La extorsión por celular a lo jóvenes se hace presente, dentro de las personas encuestadas el 6% dijo haber experimentado un intento de extorsión por su celular. (Figura 1.7, Anexo 2)

Los jóvenes del AMM han tenido más de 3 celulares a lo largo de su vida, siendo “las razones funcionales” lo que motiva el cambio del celular entre los jóvenes, seguida por la pérdida del mismo y/o el robo del aparato. (Figura 1.8 y 1.9 Anexo 2).

Aún cuando el 85% de los encuestados se encuentra satisfecho con su celular actual, un 15% no se siente satisfecho, por lo que demuestra que el celular con todas sus innovaciones existen ciertas necesidades que no ha podido satisfacer por entero, en los jóvenes usuarios. (Figura 1.10 Anexo 2)

Un aspecto importante en los celulares es su constante evolución, así como el incremento de funciones y nuevas aplicaciones que se le agregan al mismo. Con el afán de conocer qué tanto conocen los jóvenes sus celulares, nos dimos a la tarea de preguntar si los encuestados conocían todas las funciones que realizan sus celulares, lo que nos llamó la atención es que un 32% contestó que no conocía por completo lo que su celular podía, y otro 64% aseguró que sí.

La evolución repentina que tiene el celular en la actualidad, con la salida de nuevos modelos de celulares constantemente, puede ser un motivo que hace que el usuario no termine de conocer esta herramienta de comunicación antes de que salga un nuevo modelo que asegura tener más y mejores funciones que facilitan las actividades de los usuarios. Los jóvenes compran nuevos celulares

quizá más por status que por necesidad ya que existe un porcentaje de la población que asegura no conocer por entero lo que pueden hacer con este singular aparato. (Figura 1.11, Anexo 2).

El celular es utilizado por los jóvenes del AMM principalmente para realizar llamadas, no obstante el uso del internet se hizo presente como segunda actividad realizada con mayor frecuencia, en la misma medida que los mensajes de texto. El internet es una actividad que se ha introducido en las actividades diarias de los jóvenes, y el celular ha sido un aparato que ha favorecido este hecho. (Figura 1.12, Anexo 2).

4.1.2 Hallazgos encontrados en la aplicación de la segunda encuesta.

Con el fin de complementar y sustentar más nuestra investigación, se llevó a cabo la aplicación de una segunda encuesta con un número de reactivos menor (20 preguntas) que la encuesta aplicada anteriormente, ello debido a que en repetidas ocasiones los estudiantes dejaban inconclusa la encuesta, generando vacíos de información. Por ello se optó por seleccionar aquellas preguntas de las cuales obtuvimos nuestros primeros hallazgos de investigación en el primer estudio realizado y se aplicó una encuesta de 20 preguntas a 128 estudiantes de la Facultad de Arquitectura en la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Entre los hallazgos encontrados en los resultados de la aplicación del segundo instrumento de investigación, está el primero relacionado con la pregunta **¿Desde qué edad tuviste tu primer celular?**, en donde se pudo obtener que un 54% de los jóvenes usuarios del celular tuvieron su primer contacto con este aparato entre **los 10 y 15 años de edad**, es decir que entre el término de su ciclo escolar de educación primaria y la secundaria. Probablemente este hecho fue quizá resultado de la mera imposición de sus padres, más que por necesidad propia de los estudiantes, o bien debido a la

influencia que comenzaba a colocar al celular como un objeto de uso masivo en el mercado estudiantil. (Anexo 4 Figura 2.1)

El **tipo de contactos** que tienen los estudiantes en su mayoría se encuentran entre **familiares y amigos** teniendo porcentajes iguales 34% y 34% en los resultados de la pregunta 3 de esta segunda encuesta. Para esta pregunta se colocaron las opciones de: familiares, amigos, compañeros del trabajo, instituciones, y otros. Obteniendo en otro tipo de contactos el de: vecinos, servicios, doctores y restaurantes. (Anexo 4, Figura 2.2)

El 60% de los encuestados afirmaron que su celular sí tiene un **valor agregado**, y al igual que el hallazgo obtenido en la aplicación del primer instrumento, otorgan dicho valor “extra” **al internet**, principalmente las redes sociales, así como a otras aplicaciones que pueda tener el celular, como música, videojuegos, como herramienta para transferir archivos, tareas.(Anexo 4, Figura 2.3)

Entre las actividades que realizan con mayor frecuencia los jóvenes estudiantes con su teléfono móvil, son las llamadas, seguido por los mensajes, el reloj, la toma de fotografías y otros, entre los que destacan de nueva cuenta el “internet móvil” y las redes sociales, la música, los juegos y como medio para transferir información y tareas de la escuela. (Anexo 4, Figura 2.4)

El 60% de los encuestados decide contestar las llamadas que son de números desconocidos afirmando que puede tratarse de una emergencia, o bien algún contacto que trata de localizarlos desde otro teléfono. Dicho hecho se presentó tanto en las mujeres como en los varones. Aunque el 40% de los encuestados afirmó que prefiere no contestar las llamadas de números desconocidos por seguridad. (Anexo 4, Figura 2.5)

El 53% de los jóvenes estudiantes afirma que le molesta cuando el celular interrumpe sus conversaciones cara a cara, mientras que el 47% de los

encuestados afirma que no se molesta, probablemente debido a que el celular se ha ido introduciendo poco a poco en la vida social de los jóvenes estudiantes. (Anexo 4 Figura 2.6)

El 55% de los usuarios del celular ha experimentado la pérdida de su celular, y aunque el 11% aseguró no sentir nada después de la pérdida de su teléfono móvil, del resto el 55% afirma haber experimentado preocupación un (30%), Ira en un 20%, desesperación en un 18%, angustia 14% e incluso paranoia en un 7%. (Anexo 4, Figura 2.7 y 2.8)

En cuanto a lo que experimentan los jóvenes estudiantes cuando olvidan su celular y no la traen consigo, los resultados obtenidos se encuentran en equilibrio, por una parte el 35% de los encuestados afirma que opta por regresar por el celular, mientras que el 32% dice no experimentar nada ante el olvido del celular. El porcentaje restante de los encuestados experimenta desde desesperación (15%), preocupación (14%), e incluso angustia en un 4%. Dichas emociones se presentaron casi de igual forma tanto en los hombres como en las mujeres, aunque los hombres demostraron experimentar mayor preocupación que las mujeres. (Anexo 4, Figura 2.9)

La extorsión por teléfono celular se presentó solo en 15% de los casos. Entre los que han experimentado un intento de extorsión por teléfono móvil, el 62% afirmó no sentir nada al respecto, incluso en algunos de los casos afirmó que le causó risa el hecho. Mientras que un 15% experimentó angustia, 15% experimentó preocupación, y un 8% paranoia. (Anexo 4, Figura 2.10 y 2.11)

Los estudiantes cambian su celular en promedio cada 2 a 3 años, los datos arrojados de las encuestas aplicadas, dieron como resultados que el 36% de los jóvenes estudiantes, cambia su celular cada 2 años, un 26% cambia su celular cada año, mientras que un 20% cada 3 años, el 11% cambia de teléfono móvil cada 5 años, y un 7% cada 6 meses. (Anexo 4, Figura 2.12)

El 85% de los encuestados afirma dormir con el celular cerca de sí mismo, cifra que fue mayor entre las mujeres, en donde a excepción de 3 casos que representa un 7% de los encuestados aseguró no dormir con su celular cerca, y en los hombres solo un 22.4% de los hombres no duerme con su celular cerca. (Anexo 4, Figura 2.13)

Los jóvenes usuarios del celular se comunican en mayor medida con sus familiares, seguido de sus amigos, y los compañeros de la escuela o el trabajo, el novio (a), y las instituciones, entre otros. No obstante cabe señalar que hubo repetidas ocasiones en las que los jóvenes eligen a los amigos o el novio (a) como las personas con las que se comunican más, incluso antes que con sus familiares, lo que nos puede decir que un fenómeno que se está presentando, es como este singular aparato facilita la comunicación entre los jóvenes y sus amigos y/o sus novios (as), más incluso que con sus familiares (padres, hermanos, etc.). (Anexo 4, Figura 2.14)

El 84% de los encuestados aseguró comunicarse más cara a cara con sus amigos y familiares, sin embargo existe un 16% de los estudiantes encuestados que percibe que se comunica con mayor frecuencia con sus familiares y/o amigos vía teléfono celular. Lo cual es de gran interés para nosotros, ya que aunque el porcentaje es menor, se presentan casos en donde los mismos jóvenes perciben este cambio en su comunicación, ya que utilizan el celular para comunicarse con sus padres y sus amigos, incluso más que cuando lo hacen cara a cara. Ello nos dice no sólo que el celular está modificando sus costumbres y sus actividades diarias, como el dormir cerca de un aparato electrónico, o el de no contestar una llamada de un número desconocido por desconfianza, sino que se está presentando aunque en menor escala un porcentaje de la población de jóvenes que recurre al celular como un medio para entrar en contacto con alguna persona de interés, antes incluso de comunicarse con ella cara a cara, aún cuando se trata de un familiar. Habría que tomar en cuenta otros factores, como el que ese 16% pudiera corresponder en su mayoría

a jóvenes foráneos y por lo tanto se ven obligados a emplear el celular como su principal medio de comunicación con su familia e incluso los amigos, sin embargo no puede descartarse que dicho fenómeno pudiera estarse presentando entre los jóvenes cuya familia radica en el área Metropolitana de Nuevo León. (Anexo 4, Figura 2.15)

Los resultados de las dos últimas preguntas son bastante interesantes, ya que se refieren a la importancia que tiene el celular para los jóvenes dentro de sus actividades diarias, o bien como objeto personal. **Como objeto dentro de las actividades diarias** que realizan los estudiantes **tiene una importancia de nivel medio** que fue elegido por el 51% de los encuestados, el 32% de los encuestados le otorgan un nivel de alta importancia dentro de sus actividades al celular. (Anexo 4, Figura 2.16)

Mientras que como objeto personal, un 40% de la población encuestada le otorga un nivel alto, y un 42% un nivel medio de importancia. Estas dos últimas preguntas nos proporcionan datos que afirman cómo este objeto de comunicación móvil ocupa una elevada importancia, no sólo dentro de las actividades diarias que realizan los jóvenes estudiantes, sino también como un objeto personal, al cual le otorgan el privilegio de posicionarse cerca de donde los jóvenes duermen y lo emplean de forma continua no sólo como medio de comunicación, sino como una herramienta para transportar información, como apoyo escolar, como reloj, como GPS, un reproductor de música portátil, una cámara digital, entre otras de las muchas actividades mencionadas anteriormente. (Anexo 4, Figura 2.17)

Al reflexionar sobre los resultados arrojados por la segunda encuesta y al retomar las preguntas de investigación, las cuales son: ¿Qué **significado** tiene el celular para los jóvenes en este momento en el AMM?, ¿De qué manera se ven afectadas **las relaciones cara a cara** por el uso del celular entre los jóvenes, en este momento en el AMM?, ¿Cuál es **el uso** que le dan al celular los

jóvenes en este momento en el AMM?, dedicamos las siguientes líneas a una serie de reflexiones para contestar dichas preguntas que dieron origen a esta investigación.

La primer pregunta de investigación **¿Qué significado tiene el celular para los jóvenes en este momento en el AMM?**, de acuerdo a los resultados que arrojó la segunda encuesta, así como el estudio de observación realizado, se puede llegar a la conclusión de que el celular es un importante medio de comunicación principalmente para entrar en contacto con sus familiares y amigos, llegando a incluso ser utilizado con mayor frecuencia que una comunicación directa cara a cara, en el 16% de los encuestados. Así mismo el celular llega a ser visto como un medio para acceder a “internet” y principalmente a las redes sociales, destacando de nueva cuenta la comunicación vía celular, antes de una comunicación directa cara a cara. Este aparato también es visto como una herramienta de apoyo escolar, utilizada por los estudiantes como un dispositivo de transferencia de información, trabajos de escuela, entre otros. Así también el celular es visto como un medio por el cual los jóvenes pueden ser localizados en un emergencia, lo que los conduce a contestar llamadas de números desconocidos, aún cuando son conscientes de que puede tratarse de un intento de extorsión.

Es un objeto cuya pérdida u olvido es capaz de provocar emociones de preocupación, desesperación, ira, angustia, paranoia, tristeza, enojo, entre otras, tanto en hombres como en las mujeres. Aún cuando se trata de un aparato electrónico de múltiples funciones, la información que los jóvenes depositan en él y la forma cómo se vuelve un objeto de uso favorable en las actividades diaras de los estudiantes, lo convierte en un objeto emocional y de mediana importancia en la vida personal y las actividades diaras de los jóvenes estudiantes del AMM.

Para la segunda pregunta de investigación, ¿De qué manera se ven afectadas **las relaciones cara a cara** por el uso del celular entre los jóvenes, en este momento en el AMM? Se puede afirmar que existe un fenómeno que aunque en menor medida se está presentando en un 16% de los jóvenes encuestados, quienes se han vuelto conscientes al percibir una modificación en la forma en cómo se comunican con sus principales contactos, sus familiares y amigos, ya que afirman que se comunican más con ellos vía teléfono celular, que de forma directa. No se puede afirmar que el celular ha reemplazado la comunicación cara a cara, sino más bien que ha modificado la forma como los jóvenes se relacionan entre ellos, puesto que el 16% lo hace principalmente a través del teléfono celular, ya sea a través de mensajes de texto, de correo electrónicos, o bien por medio de las redes sociales que ofrece internet, y no solamente a través de las llamadas telefónicas.

También se ha visto a raíz de estos resultados, que los celulares interrumpen las conversaciones cara a cara de los jóvenes estudiantes y que ello provoca molestias a un 53% de la población encuestada, ello aunque representa la mayoría, nos lleva a establecer que dentro de las actividades diarias de los jóvenes y por lo tanto de sus hábitos y costumbres, el celular se ha introducido tanto en la vida social de los jóvenes, que su mero uso consigue posicionarse como un hábito o una costumbre, por lo que en el 47% de la población una interrupción por el celular es algo catalogado por los jóvenes como “normal” y no como algo “descortés” o bien algo “molesto o incómodo” puesto que se deja de lado la conversación que se tiene cara a cara para darle prioridad a lo que sucede en el celular, que bien puede tratarse de una llamada telefónica de emergencia, o bien un mensaje que no requiere de mucha atención en aquel momento.

¿Cuál es **el uso** que le dan al celular los jóvenes en este momento en el AMM? Es la tercer variable de esta investigación, de acuerdo con los datos arrojados en el estudio cuantitativo y cualitativo, los jóvenes utilizan el celular

principalmente para efectuar y recibir llamadas telefónicas, seguido de los mensajes de texto, la toma de fotografías; el uso de celular para acceder a internet principalmente a las redes sociales, se hizo presente de nueva cuenta, así como para escuchar música, como entretenimiento por medio de juegos que vienen incorporados o que los jóvenes bajan de internet, o bien como apoyo escolar en la transferencia de datos e información para tareas, entre otros. El celular y el internet aparecen ligados en esta investigación, lo que nos demuestra como el celular se convierte en un medio que permite a los jóvenes “estar conectados” todo el tiempo y tener acceso al internet, o dicho con otras palabras estar en contacto constante, en donde los sitios preferidos por los jóvenes estudiantes fueron las redes sociales como el facebook, el twitter, entre otros.

Tanto en el estudio cuantitativo como en el cualitativo, el celular fue utilizado de diversas formas, lo que nos habla del aspecto multifacético que tiene el celular, ya que puede realizar una gran cantidad de funciones. En ambos estudios se obtuvo como el celular es utilizado no sólo para realizar llamadas telefónicas y ponerse en contacto con otras personas. Fue afirmado por los jóvenes que era utilizado como medio de entretenimiento y distracción, al mostrar fotografías, videos, imágenes, reproducción de música; así como una forma de introducirse al mundo de información que ofrece el internet, es empleado como reloj y como despertador, y quizá en menor grado pero presente también como agenda, como calendario, como GPS, como medio para transferir información, tareas entre otros.

Ahora bien, retomando la hipótesis de esta investigación que dice “A mayor cantidad de tecnologías incorporadas al celular se establecen nuevas estrategias de comunicación entre los jóvenes del área Metropolitana de Monterrey, a pesar de que disminuye la comunicación cara a cara.” Podemos decir que la hipótesis planteada al inicio de este estudio pudo comprobarse sólo en un 50% ya que pudimos demostrar mediante los datos que nos

proporcionaron las encuestas y el estudio de observación, cómo el celular ha modificado la manera como los jóvenes se comunican en el 2013 entre ellos mismos, con sus familiares y otras personas, puesto que no sólo realizan llamadas telefónicas; han desarrollado la manera de comunicarse a través de programas de internet y aplicaciones como el “WhatsApp”, los mensajes de texto, por medio de correos electrónicos o bien de las redes sociales (facebook, twitter, etc.), lo cual comprueba parte de nuestra hipótesis que dice “A mayor cantidad de tecnologías incorporadas al celular se establecen nuevas estrategias de comunicación”; sin embargo la parte de la hipótesis que señala “... a pesar de que disminuye la comunicación cara a cara”, no pudo ser demostrada, ya que se comprobó que sólo el 16% de la población encuestada asegura comunicarse mediante el celular que a través de una comunicación directa cara a cara, lo que nos lleva a concluir que el celular es un invento que ha evolucionado y fabricado nuevas formas de comunicarse entre los jóvenes, las cuales pueden favorecer o bien interrumpir una comunicación cara a cara. También podríamos aventurarnos a afirmar que este singular aparato representante de los avances tecnológicos, es el dispositivo que más cercano se encuentra al ser humano, tanto físicamente como emocionalmente, más incluso que el automóvil y que otro objeto, afectando no sólo la manera como los jóvenes se comunican con otras personas sino también la manera en que se introduce este aparato en las actividades diarias de los mismos, en sus hábitos y costumbres.

A continuación se describen los hallazgos obtenidos a través de la observación de jóvenes estudiantes y su comportamiento, al mantener una conversación directa con otra persona y hacer uso del celular.

4.2 Hallazgos encontrados en el estudio cualitativo

En la mayor parte de los casos observados en la entrada de la facultad de Arquitectura en la UANL, el celular era colocado en un lugar cercano al usuario, entre sus brazos, a su lado derecho, junto a su bebida, al lado de la computadora, siempre en un lugar al alcance y visible, cuando no se estaba haciendo uso del mismo. Lo que nos demuestra como este objeto ocupa un lugar importante de acuerdo a la jerarquía de los objetos que se encuentran en la mesa, ya que es un aparato al cual se le presta atención constantemente.

El celular fue motivo de distracción y de interrupción de conversaciones cara a cara, principalmente por mensajes de texto, lo cual no parecía disgustar los estudiantes que mantenían la conversación. Así también en otros casos el celular favoreció la comunicación cara a cara, al ser empleado como herramienta que complementaba lo dicho verbalmente, como por ejemplo mostrar fotografías de una situación, un viaje, un evento, entre otros, la cual era el motivo de la conversación de ese momento, o bien era utilizado como cámara fotográfica lo cual parecía entretener a los estudiantes.

El celular fue utilizado por sus usuarios al menos una vez o más en un período de una hora, aún cuando los usuarios de los sitios en los que se llevó a cabo la observación, se encontraban manteniendo en una conversación cara a cara, para ello la conversación se interrumpía brevemente o el tiempo que le llevara a la persona realizar la llamada o bien escribir un mensaje de texto, para después volver a retomar la conversación con naturalidad, lo que demuestra cómo para las personas que mantienen una conversación están tan acostumbrados a la presencia del celular que no consideran “descortez” al menos no a simple vista, el hecho de una conversación se vea interrumpida por el uso del celular.

El celular no era causa de enojo o fastidio por parte de sus usuarios, aún cuando este interrumpía la conversación o sus actividades. La presencia del celular era notoria en todos los que asistían a los sitios visitados para hacer el estudio de observación, sin embargo el uso del celular no provocaba enojo o fastidio aún cuando ello interrumpía alguna otra de sus actividades como una conversación cara a cara. Podría ser que los jóvenes usuarios del celular, se encuentran tan acostumbrados al mismo, que lo incluyen en la mayoría de sus actividades, y es puede llegar a ser un agregado a las mismas.

Los resultados de la observación parecieran demostrar hasta este momento, que el uso del celular se ha convertido en una actividad tan común dentro de los jóvenes que dan por hecho la necesidad de hacer uso del mismo aunque conlleve la interrupción de la actividad que se esté llevando a cabo en ese momento.

Conclusiones generales de la investigación.

Lo que se dice del celular y de muchos objetos en general es que influyen enormemente en la manera como nos relacionamos con todo cuanto nos rodea, principalmente con las personas. Cabe destacar, que el celular, siendo un objeto cuyo propósito original era el de mejorar la comunicación en largas distancias, ha tenido una acelerada evolución, tal y como lo señalaron Cruz, Dinel y Jiménez (2009) en su estudio, una evolución que continúa hoy en día.

El celular es un objeto que se ha ido introduciendo poco a poco en la vida de las personas en todo el mundo, principalmente de los jóvenes, quienes han tenido contacto con el celular desde edades tempranas en algunos casos, llegando a formar parte importante en sus actividades diarias, incluso en sus actividades más sencillas, como tomar un café o mantener una conversación cara a cara con otra persona.

Tanto así de fuerte es el vínculo que se ha creado con el aparato celular, que la pérdida u olvido temporal de éste, puede llegar a causar estrés y preocupación, e incluso puede llegar a despertar sentimientos como ira y coraje en las personas, lo que demuestra lo importante que es este singular objeto para sus usuarios y cuanto puede llegar a influir en la manera cómo las personas se comunican diariamente y lo que dicha información transmitida puede llegar a afectar sus vidas.

Podríamos afirmar que la comunicación entre las personas ha sido modificada con la introducción del celular en sus actividades diarias y decir al mismo tiempo que la ha mejorado en términos de rapidez y eficacia para transmitir información y/o resolver alguna situación. Sin embargo ha abierto una posibilidad de acceso a información personal de las personas, que antes no se podría obtener de no ser por la posesión de este singular objeto, dicha información que contiene el celular podría ser utilizado de forma incorrecta y

representa para los usuarios en mayores y menores niveles símbolo de precaución y atención.

Así mismo, de acuerdo a los datos obtenidos en esta investigación, se puede afirmar que el celular es un objeto multifacético, que tiene gran influencia en los jóvenes, quienes lo emplean de mil y una formas diferentes, y que ocupa un sitio de media y elevada importancia entre sus actividades diarias y como objeto personal. El celular para los jóvenes llega a ser sinónimo de comunicación rápida, obtención de información de forma eficaz ya sea por internet, o bien vía teléfono móvil o mensajes de texto, pero también es un GPS, una cámara fotográfica, una agenda electrónica, es empleado como reloj, cómo una forma de realizar y transportar información, como apoyo escolar, es un reproductor de música portátil, un medio de entretenimiento con videojuegos, o reproductor de imágenes, un despertador, un calendario, en pocas palabras es un objeto que tenemos cerca de nosotros, un objeto que se ha adaptado a nuestros hábitos y costumbres, y al cual nosotros mismos nos hemos adaptado también, modificando nuestro comportamiento, para introducir una pequeña máquina que inició como un medio de comunicación y ha llegado a ser una herramienta que facilita muchas de las actividades cotidianas que tienen que llevar a cabo los jóvenes en la actualidad.

Como ya se ha mencionado en párrafos anteriores, el celular es un objeto de muchos matices, capaz de provocar en sus usuarios una gran cantidad de emociones. Aún cuando existe un pequeño porcentaje de estudiantes encuestados, al cual la pérdida u olvido de su celular le es indiferente y ven a este aparato como un objeto reemplazable, para la mayoría de los jóvenes usuarios del celular, de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas, la pérdida de éste aparato es motivo de preocupación, desesperación, tristeza, enojo, angustia, e incluso ira.

La investigación ha arrojado resultados que nos permite comprobar lo que Martín Juez (2002) ha dicho sobre los objetos, en donde él mismo afirma que éstos no pueden remitirse solo a su aspecto funcional, sino que un objeto también está “cargado de sentidos, es una, *es una idea, una metáfora de orden colectiva ya que todos estos puntos van a depender del usuario (cada persona le da un tratamiento diferente a un objeto, pese a que existan objetos idénticos y un consenso con respecto a su uso).*” Siendo el celular un objeto que “altamente cargado de sentidos” sentidos que le otorgan las personas que lo usan y que poco a poco van en aumento.

El celular ya no es un simple objeto inanimado que facilita la comunicación entre las personas acortando distancias y haciendo más rápida y efectiva la comunicación. El celular ya no es tampoco un pesado ladrillo de aspecto tosco que se encuentra en nuestra mochila o nuestra bolsa, y cuya función se remite a “emergencias”, el celular no es una imposición, puesto que la relativa facilidad y los precios accesibles de estos aparatos en el mercado, hacen que un joven estudiante puede hacerse de un celular fácilmente. El celular se ha convertido en un objeto con el cual los jóvenes se identifican, en él depositan información de interés para ellos (música, fotografías, números telefónicos, domicilios, fechas importantes, eventos, entre muchos otros), no solo transmiten información a través del celular y entran en contacto con sus amigos y familiares de forma rápida, sino que dicha información almacenada transforma al celular en una “**objeto altamente emocional**”, como hemos comprobado en el estudio realizado anteriormente, en donde tan sólo el olvido de este aparato, así como su pérdida puede llegar a provocar una gran cantidad de emociones en el dueño del objeto perdido, emociones que no suscitan con gran facilidad otro tipo de aparatos, como una lavadora, una estufa o bien el teléfono de casa, que aún cuando éste último y el celular en su versión primaria y más austera, realizan la misma función, la descompostura o bien la pérdida del teléfono fijo no llega a provocar emociones como ira, coraje, enojo, preocupación, desesperación y tristeza, no mientras el usuario tenga su celular

en mano y funcionando, ¿por qué? Porque el celular se ha convertido en un objeto de uso personal, como un cepillo de dientes o como la ropa que vestimos, el celular tiene un carácter obligado implícito, es decir es una necesidad impuesta por las demandas que exige la sociedad en la cual nos tocó vivir, una sociedad en donde la rapidez y la eficacia con que se realizan las cosas es lo esencial y rige toda actividad, nuestro trabajo, nuestro desempeño como estudiantes, nuestras relaciones sociales. El teléfono móvil se ha unido a la gran cantidad de actividades que “tenemos que hacer diariamente” tales como levantarnos, vestirnos, comer, dormir, hacer nuestros deberes como estudiantes y/o como profesionistas, ahora también “tenemos que” despertarnos con el celular a nuestro lado, porque es el reloj de alarma, “tenemos que revisar” si alguien nos ha enviado algún tipo de información ya sea vía mensaje de texto, vía internet mediante un correo electrónico, o las redes sociales, así como checar si debemos asistir a algún evento o tenemos una cita importante ese día, el celular se ha convertido en el aparato más cercano a los jóvenes estudiantes, más incluso que otros objetos como la computadora, los libros de escuela o la mochila, antes que todo eso está el celular. Por ende le otorgamos un lugar privilegiado dentro de nuestras actividades de cada día y le damos la importancia suficiente para que los usuarios del teléfono móvil “sientan” cuando pierden dicho objeto o “sienten la falta del mismo”, lo que experimentan es la falta de sus funciones a las cuales los jóvenes usuarios se van acostumbrando y las convierten en actividades necesarias día con día. El celular es hoy un objeto emocional impuesto por la sociedad en que vivimos, al cual los jóvenes se encuentran estrechamente vinculados y a través del cual pueden entrar en contacto con el resto de las personas que constituyen su comunidad de amigos, familiares, compañeros de escuela y/o de trabajo.

Por los resultados obtenidos en los estudios de observación y de aplicación de encuestas analizados anteriormente, podemos afirmar que pocos objetos generan una gran cantidad de emociones cuando éstos se pierden, dejan de funcionar o simplemente son olvidados, algunos de ellos que

podríamos mencionar son las joyas, objetos de valor estético a las que se les confiere un significado emotivo, cuya pérdida suele generar diversas emociones, desde decepción hasta ira o coraje. Otro de dichos objetos generadores de emociones en las personas que los utilizan, son los autos, una tecnología que se ha introducido en gran medida en la vida diaria de los seres humanos, y su pérdida o descompostura provoca una reacción emotiva en sus usuarios. No obstante podemos asegurar que ningún otro objeto se encuentra en tan alta posición jerárquica dentro de los objetos empleados diariamente por los jóvenes estudiantes como el celular, podríamos atrevernos a colocarlos incluso en una posición más alta que una computadora, ya que ha llegado a suplir a ésta última en varias de las funciones que realiza. Tanto es así que la nomofobia o la fobia a no tener teléfono móvil, investigada por SecurEnvoy se hizo presente entre los estudiantes encuestados para esta investigación, no en la igual magnitud que en los resultados obtenidos por esta empresa, pero de igual forma el fenómeno de “sentir preocupación” frente a la pérdida y olvido del celular se encuentra presente en la juventud estudiantil del AMM.

Anteriormente en el capítulo del Marco Teórico de esta investigación, Martín Juez señala que *“Con los objetos se elaboran y preservan creencias e instituciones; el diseño nos marca, designa pautas y establece patrones que se traducen en habilidades y destrezas peculiares de cada comunidad a la que pertenecemos y para cada situación contextual. Los objetos nos unen y nos separan de la realidad: son parte fundamental de la argamasa con la que se edifica una cultura, la referencia directa para situar nuestra identidad; ellos son, en muchas ocasiones, la forma más entrañable de recordar quiénes somos y saber quién soy yo entre nosotros.”* Afirmación que se cumple completamente en la relación que se crea entre los jóvenes y sus celulares, de acuerdo a lo analizado en los resultados del estudio. También podemos añadir a dicha aseveración realizada por el investigador, que objetos multifacéticos como lo es el celular pueden designar no sólo pautas o patrones que se traducen en habilidades y destrezas, sino que también designan hábitos y costumbres en la

comunidad que hace uso de ellos, como es el caso del celular y los jóvenes estudiantes usuarios de este aparato, quienes recurren al celular para llevar a cabo todas las tareas que deben realizar en el día.

Es entonces cuando recordamos lo dicho por la investigadora de la UANL Hinojosa Córdova “Nos estamos volviendo dependientes tecnológicos, en ocasiones descuidamos otras facetas de la vida por estar conectados, y para muchas personas se ha convertido en algo primordial”. “Estar conectados” es un aspecto de la vida de los jóvenes que se ha visto favorecido en gran medida por el celular. Éste aparato ha modificado la forma cómo los jóvenes se comunican entre ellos, puesto que ya no tienen que recurrir sólo a las llamadas telefónicas, hoy en día los avances en tecnología y los diseñadores propios de celular, han hecho de este objeto cargado de sentidos, algo que facilita la comunicación a través de mensajes de texto, de correos electrónicos, de las redes sociales. La incorporación del internet al celular ha incrementado la creación nuevas estrategias de comunicación, así como ha hecho a las personas, entre ellos los jóvenes, dependientes tecnológicos tal y como lo señala Hinojosa, ya que los propios jóvenes aseguran que duermen con este aparato cerca de ellos y lo llevan consigo a donde quiere que vayan.

Por todo ello resultaría conveniente continuar estudiando los efectos a corto y largo plazo que conlleva el introducir el teléfono móvil en la vida de los más jóvenes, así como la evolución que experimenta la comunicación entre éstos y el mundo que los rodea, por lo que se plantea esta investigación como una apertura a un estudio más profundo acerca del impacto emocional y social que tiene el teléfono móvil en las personas de todas las edades, puesto que está claro que la forma en que se relacionan las personas y los objetos de frecuente uso no es la misma en todas las edades.

En hora buena esperamos que esta investigación y los datos en ella analizados hayan sido de interés del lector y puedan ser de utilidad para una posible investigación relacionada con el tema tratado en estas páginas.

BIBLIOGRAFÍA

SAMPIERI Hernández, Roberto; FERNANDEZ Collado, Carlos; BAPTISTA Lucio, Pilar; *“Metodología de la investigación”* Tercera Edición; Editorial Mc Graw Hill, Chile 2004, Páginas 114-133 ISBN 9701036328

M.C. Fabela Bernal Francisco, Primer Informe Anual de actividades del Director de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, , correspondiente al periodo escolar Agosto 2010 – Julio 2011.
http://www.farq.mx/mensaje_informeanual.php

Historia de la Facultad de Arquitectura. Sitio oficial de la Facultad Arquitectura.
<http://www.farq.mx/historia.php>

Sitio ofical de la UANL
<http://www.uanl.mx/universidad>

CNN en español. CNN Internacional. Los adultos no sueltan el celular ni cuando duermen. <http://mexico.cnn.com/salud/2010/09/23/los-adultos-no-sueltan-el-celular-ni-cuando-duermen>. Jueves, 23 de septiembre de 2010

Marshall Catherine, Rossman Gretche B., Diseño de la investigación cualitativa. Cuarta Edición. SAGE Marzo 1989. 280 págs.

TOUSSAINT, Florence , *Crítica de la información de masas*. Editorial Trillas, México 1983.

HINOJOSA Córdova, Lucila, *“Investigan influencia de las nuevas tecnologías en la sociedad”*. Vive la uni, suplemento universitario. Mayo 2012 Página 27

SCHRAMM, Wilbur, *La ciencia de la comunicación humana*. Ed. El Roble, México 1969.

BERLO K., David *“El proceso de la comunicación”*. El Ateneo, Buenos Aires 1971.

MOLES, Abraham y Zeltmann, Claude. *“Planeación y desarrollo”*. Alpha, México. 1973. Número 5

CRUZ Ana Yadira, DINEL Baez Lily Rosario, JIMENEZ Johanna. *“Impacto de la telefonía móvil (BlackBerry) en la comunicación interpersonal en estudiantes universitarios de la PUCMM.”* Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra 2009. Recinto Santo Tomás de Aquino (RSTA). Santo Domingo, República Dominicana. <http://es.scribd.com/doc/44590341/Trabajo-de-Investigacion-Grupos>

MARTIN Juez, Fernando. *“Contribuciones para una antropología del diseño.”* Editorial Gedisa. Barcelona España 2002, Pág 222 ISBN: 84-7432-943-4

MOLES, Abraham. *“Teoría de los objetos.”* Colección Comunicación visual. Editorial Gustavo Gil. Barcelona 1975. Páginas 190. ISBN: 84-252-0786-X

MARTIN Juez, Fernando. *“Antropología del Diseño El objeto: un espacio cualificado.”*2009

<http://sociedadespectaculo.blogspot.mx/2009/06/antropologia-del-diseno-el-objeto-un.html>

CORTEZ, Angel. *“30 años del primer móvil ”* Noticiasdot.com 2003

CNN México. *“Nomofobia, el miedo a vivir sin el teléfono celular.”* Edición Internacional. 22 de Febrero del 2012

<http://mexico.cnn.com/tecnologia/2012/02/22/nomofobia-el-miedo-a-vivir-sin-el-telefono-celular>

BASTARDAS Boada, Albert. “*Comunicación humana y paradigmas holísticos.*” 1995 Claves de razón práctica, 51, Pag. 78-80.

GONZALEZ Montes, Antonio “Semiótica”. Editorial Wari Jr. Jorge Chávez 1059, Lima 5, Perú 1989.

M.C. Fabela Bernal Francisco. Primer Informe Anual de actividades del Director de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, correspondiente al periodo escolar Agosto 2010 – Julio 2011. Sitio oficial en internet de la Facultad de Arquitectura http://www.farq.mx/mensaje_informeanual.php

F. de Saussure, *Cours de linguistique générale*, éd. Payot, (1913)

ANEXOS

Anexo 1 - Primer encuesta aplicada a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la UANL.

**ENCUESTA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARQUITECTURA
MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN EN GESTIÓN E INNOVACIÓN DEL
DISEÑO**

Edad _____

Sexo: ___ Femenino ___ Masculino

Instrucciones: Contesta las siguiente preguntas.

1. ¿Cuál es la marca de tu celular? _____

2. ¿Qué compañía usas actualmente?

a) Movistar b) Iusacell c) Tecel d) Unefon e) Nextel

3. ¿Cuántos contactos (números telefónicos) tienes aproximadamente en tu celular?

a) 1-20 b) De 20-50 c) De 50 – 80 d) De 80 – 100 e) Más de 100

4. Señala el tipo de contactos que tienes en tu celular, puedes elegir más de una respuesta.

a) Familiares b) Amigos c) Compañeros de trabajo d) Instituciones

e) Otros _____

5. ¿Cuántas fotografías tienes aproximadamente en tu celular en este momento?

a) 1-50 b) 50-100 c) 100-200 d) 200-400 e) 400-800 f) 800-1000

6. ¿Cuántos mensajes tienes aproximadamente en tu celular en este momento?

a) 1-20 b) 20-40 c) 40-60 d) 60-80 e) 80-100 f) 100-200

7. Tu celular actual, ¿lo compraste o te lo regalaron? Si lo compraste ¿Cuánto te costó?

a) Lo compré _____ b) Me lo regalaron _____ \$ _____

8. ¿Cuál crees que es el precio actual de tu celular si lo tuvieras que vender en este momento?

\$ _____

9. ¿Piensas que tu celular tiene un valor agregado, algo que te brinda tu celular además de su función como teléfono móvil? Si tu respuesta es si ¿Cuál es?

a) Sí _____ b) No _____ Valor agregado es:

10. ¿Cuántas herramientas usas de tu celular aproximadamente?

- a) De 1-3 b) De 3-5 c) De 5-8 d) De 8-10 e) De 10-13

11. ¿Cuántas llamadas locales, nacionales o internacionales realizas con tu celular aproximadamente al mes?

- a) Locales De 1- 5____ De 1-10____ De 10-20____ De 20-30____ De 30-40 ____
b) Nacionales De 1- 5____ De 1-10____ De 10-20____ De 20-30____ De 30-40 ____
c) Internacionales De 1- 5____ De 1-10____ De 10-20____ De 20-30____ De 30-40 ____

12. ¿Consideras que tu celular es pesado?

- a) Sí _____ b) No _____

13. ¿Cuántas llamadas se te interrumpen (cortan) al mes aproximadamente?

- a) 0 b) 1-2 c) 2-5 d) 5-10

14. ¿Cuál es la cantidad de GB que tiene tu celular? _____

15. ¿Para qué usas tu celular con mayor frecuencia? Enumera del 1-5 colocando el 1 a la actividad que realizas con mayor frecuencia.

- a) Llamadas _____ b) Mensajes _____ c) E-mails _____ d) Tomar fotos
_____ e) Reloj _____ Otros _____
-

16. ¿Tu celular te interrumpe de tus actividades? Si tu respuesta es No, puedes pasar a la pregunta 1.10

- a) Sí _____ b) No _____

17. ¿Con que frecuencia tu celular te interrumpe de tus actividades al día aproximadamente?

- a) 1-3 veces b) 3-6 veces c) 6-10 veces d) 10-15 veces e) 15-20 veces

18. ¿Cuáles son las consecuencias de que tu celular te interrumpe de tus actividades?

19. ¿Cuánto dinero inviertes en tu celular al mes, en saldo y/o en la compra de aplicaciones?

- a) 30-50 b) 50-100 c) 100-200 d) 200-300 e) 300-500 f) 500-1000

20. ¿Has perdido tu celular? Si tu respuesta es no pasa a la pregunta 1.12

- a) Sí _____ b) No _____

21. ¿Lo recuperaste?

- a) Sí _____ b) No _____

22. ¿Qué sentiste cuando perdiste tu celular?

- a) Angustia b) Preocupación c) Paranoia d) Desesperación
e) Otro _____

23. ¿Te han intentado extorsionar por el teléfono celular? Si tu respuesta es no, pasa a la pregunta 3.1

a) Sí _____ b) No _____

24. ¿Qué fue lo que sentiste?

a) Miedo b) Angustia c) Paranoi d) Desesperación e)

Otro _____

25. ¿Cuántos celulares has tenido en tu vida?

a) 1-2 b) 2-3 c) 3-5 d) 5-6 e) 6-10 f) 10-15

26. ¿Cuántos celulares tienes actualmente?

a) 1 b) 2 c) 3 d) 4 e) 5

27. ¿Haz cambiado de celular?

a) Sí _____ b) No _____

28. ¿Cuál es la razón por la que haz cambiado de celular?

a) Pérdida _____ b) Robo _____ c) Razones estéticas d) Razones funcionales

d) Otras _____

29. ¿De qué color es tu celular?

a) Negro b) Gris/plateado c) Rosa d) Blanco e) Rojo

f) Otro _____

30. ¿Cuenta con accesorios y/o adornos? Si tu respuesta es No pasa a la pregunta 3.5.

a) Sí b) No

31. Si tu respuesta es sí, escribe el tipo de accesorio con la que cuenta tu celular.

a) Manos libres b) Funda protectora c) Llaveros d)

Otros _____

32. ¿Cuánto tiempo tienes con tu celular actual?

a) 1-3 meses b) 3-6 meses c) 6 meses a 1 año d) 1-2 años e) 2-3 años f) 3-5 años

33. ¿Tu celular actual satisface tus necesidades?

a) Sí _____ b) No _____

¿Por qué?

34. ¿Conoces todas las funciones que realiza tu celular?

a) Sí _____ b) No _____

¿Por qué?

35. ¿Cuáles son las funciones que más usas de tu celular actual?

a) Llamadas b) Reloj c) Música d) Mensajes e) Cámara fotográfica f) Agenda

g) Internet h) Juegos i) Notas j) Calculadora k)
Otros _____

36. ¿Cuántas veces usas tu celular para entretenerte en el día aproximadamente?

a) Jugando _____ b) Música _____ c) Internet _____ d) Tomando fotos _____

37. ¿Cuántas veces aproximadamente usas el celular para comunicarte al día?

a) 1-2 b) 3-5 c) 6-8 d) 9-10 e) 11-15 f) 15-20

38. ¿Con quienes te comunicas con mayor frecuencia? Puedes jerarquizarlo colocando en la primera línea las personas con quienes te comunicas con más frecuencia.

1. _____ 4. _____
2. _____ 5. _____
3. _____ 6. _____

39. ¿Con qué frecuencia usas tu celular como reloj al día?

a) 0 b) 1-2 c) 2-3 d) 3-5 e) 5-6 f) 6-10 g) 10-15

40. ¿Con qué frecuencia usas tu celular para escuchar música al día?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

41. ¿Con qué frecuencia usas tu celular para enviar mensajes al día?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

42. ¿Con qué frecuencia usas tu celular como despertador a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 5-7 e) 8-10 f) 11-15

43. ¿Con qué frecuencia usas tu celular como cámara fotográfica a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

44. ¿Con qué frecuencia usas tu celular como agenda a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

45. ¿Con qué frecuencia usas el Internet en tu celular a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

46. ¿Con qué frecuencia usas los juegos tu celular a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

47. ¿Con qué frecuencia usas tu celular para tomar notas a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

48. ¿Con qué frecuencia usas tu celular como calculadora a la semana?

a) 0 b) 1-2 c) 3-5 d) 6-8 e) 9-10 f) 11-15

49. Indica en una escala de 1 al 10 ¿qué tanto interés personal tienes por tu celular?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

50. Indica en una escala de 1 al 10 ¿qué tanto necesitas tu celular?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

51. ¿Qué importancia tiene para ti el celular como objeto para tus actividades diarias de estudiante y/o profesionista?

a) Alta b) Media c) Baja d) Ninguna

52. ¿Qué importancia tiene para ti el celular como objeto personal?

a) Alta b) Media c) Baja d) Ninguna

¡Muchas gracias!

Anexo 2 – Gráficas representativas de los hallazgos encontrados en la aplicación de la primer encuesta a la estudiantes de la Facultad de Arquitectura UANL.

Figura 1.1

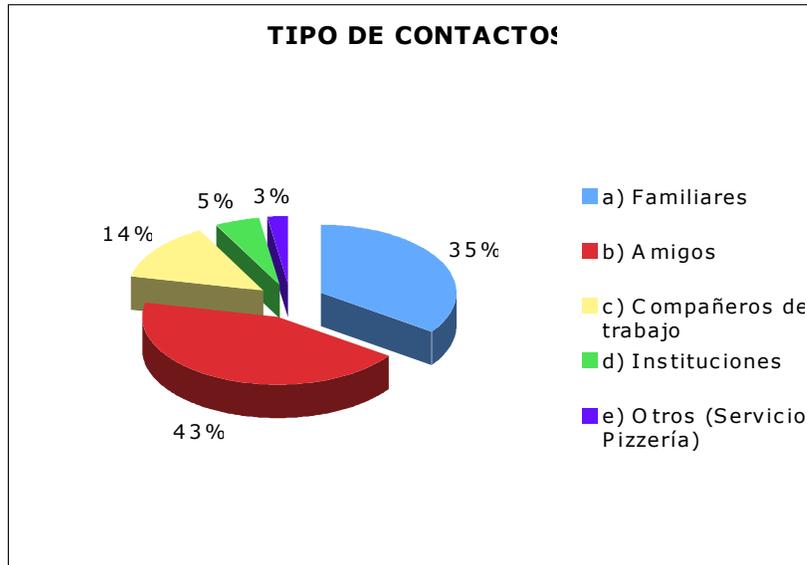


Figura 1.2



Figura 1.3

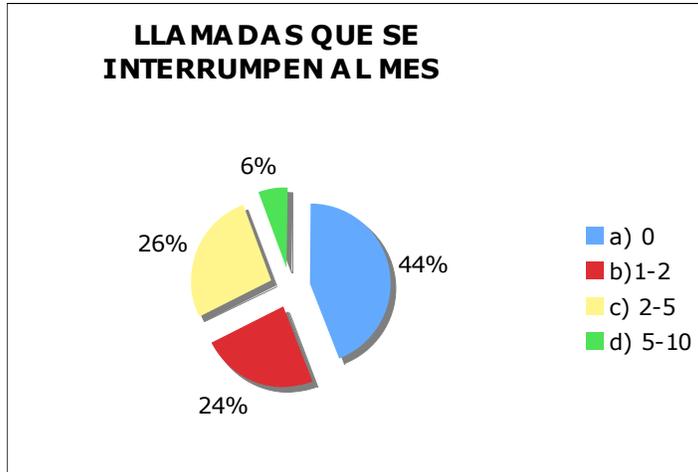


Figura 1.4

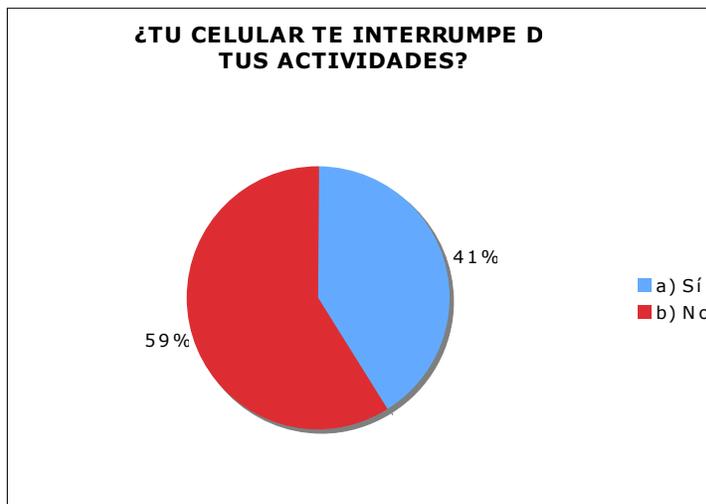


Figura 1.5

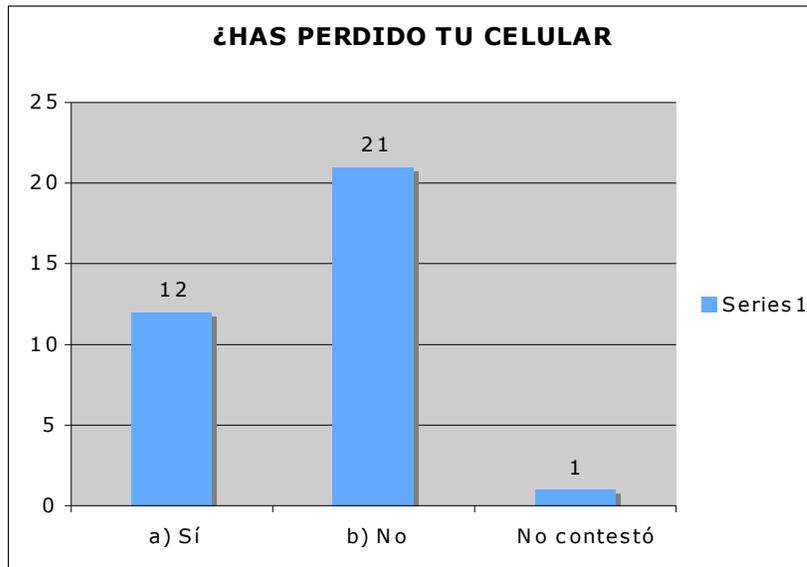


Figura 1.6

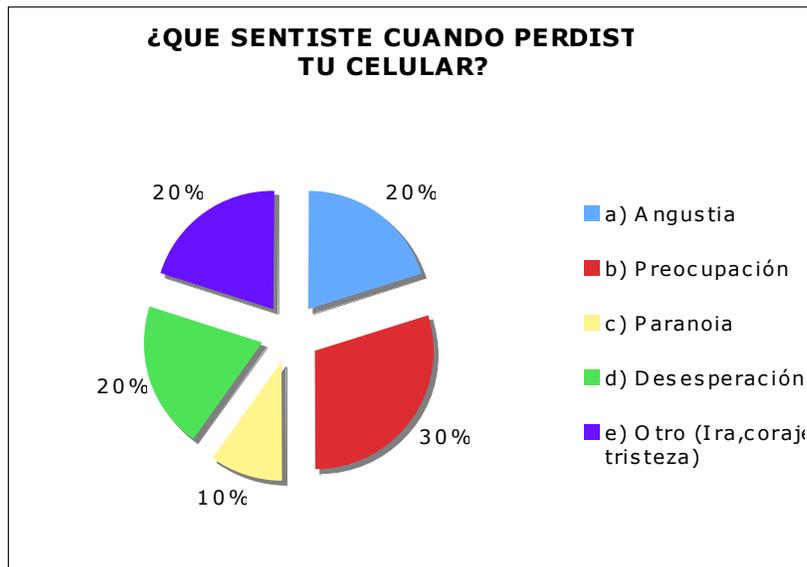


Figura 1.7



Figura 1.8

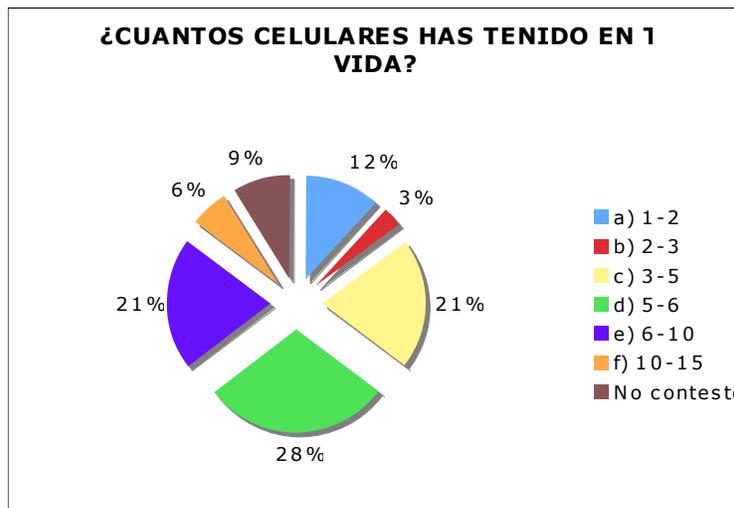


Figura 1.9

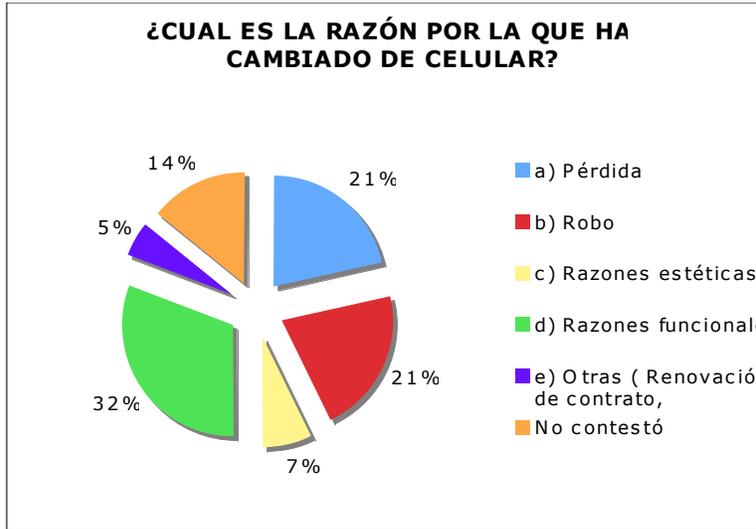


Figura 1.10

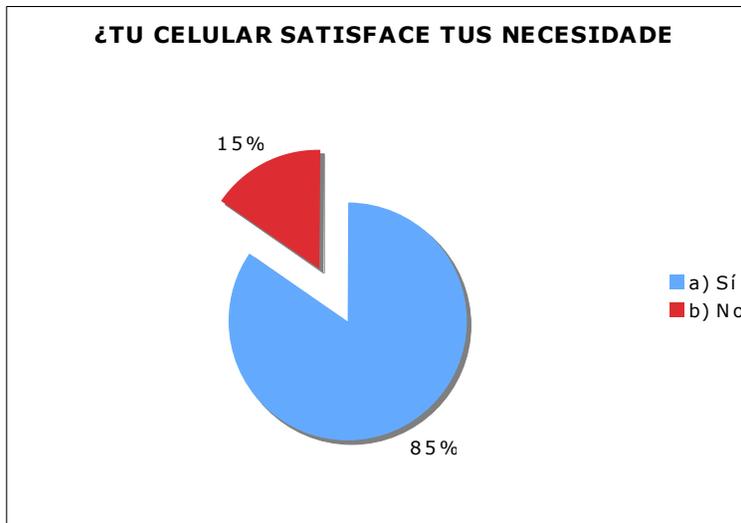


Figura 1.11

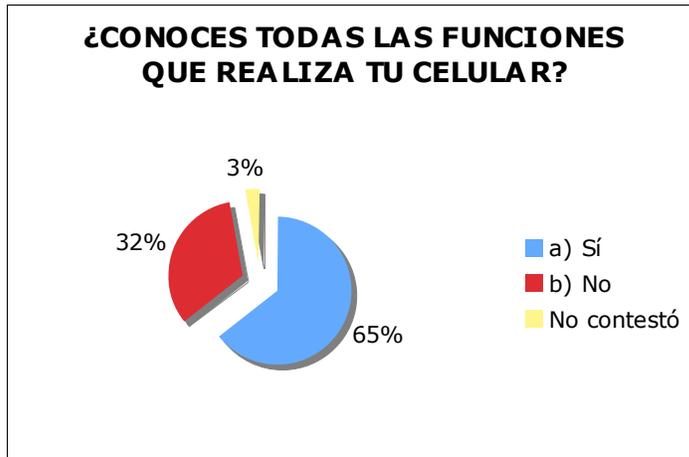
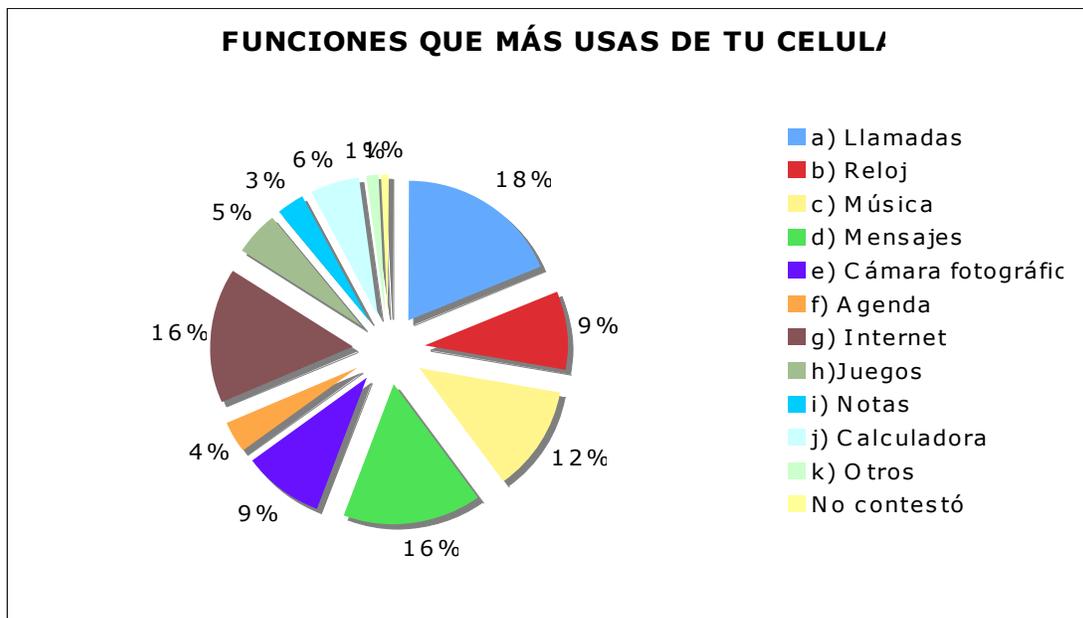


Figura 1.12



Anexo 3 - Segunda encuesta aplicada a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la UANL.

**ENCUESTA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARQUITECTURA
MAESTRÍA EN CIENCIAS CON ORIENTACIÓN EN GESTIÓN E INNOVACIÓN DEL
DISEÑO**

Edad _____

Sexo: ___Femenino___ Masculino

Instrucciones: Contesta las siguientes preguntas, puedes subrayar la respuesta o bien escribir la que consideres adecuada para cada pregunta.

1. ¿Cuál es la marca de tu celular? _____

2. ¿Desde qué edad tuviste tu primer celular?

a) 5-10 años b) 10-15 años c) 15- 20 años d) 20-25 años e) 25- 30 años

3. Señala el tipo de contactos que tienes en tu celular, puedes elegir más de una respuesta.

a) Familiares b) Amigos c) Compañeros de trabajo d) Instituciones

e) Otros _____

4. ¿Piensas que tu celular tiene un valor extra, “algo” que te brinda además de su función como teléfono móvil? Si tu respuesta es sí ¿Cuál es?

a) Sí _____ b) No _____ Valor agregado es: _____

5. ¿Para qué usas tu celular con mayor frecuencia? Enumera del 1 al 5, colocando el número **1** a la actividad que realices con **mayor frecuencia**.

_____ a) Llamadas _____ b) Mensajes _____ c) E-mails _____ d) Tomar fotos.

_____ e) Reloj _____ Otros: _____

6. ¿Contestas llamadas de números desconocidos en tu celular?

a) Sí b) No ¿Por qué? _____

7. ¿El uso del celular ha interrumpido alguna conversación que hayas tenido cara a cara con otra persona?

a) Sí b) No

8. Si tu respuesta fue Sí, ¿Te molesta cuando tu celular interrumpe tus conversaciones cara a cara con otras personas?

a) Sí b) No ¿Por qué? _____

9. ¿Has perdido tu celular?

a) Sí b) No

10. Si tu respuesta anterior fue sí. ¿Qué sentiste cuando perdiste tu celular?

a) Angustia b) Preocupación c) Paranoia d) Desesperación e) Ira

f) Otro: _____

11. ¿Qué sientes cuando olvidas tu celular y no lo traes contigo?

a) Nada b) Preocupación c) Desesperación d) Angustia e) Me regreso por él

f) Otro: _____

12. ¿Te han intentado extorsionar por el teléfono celular?

a) Sí b) No

13. Si tu respuesta fue Sí, ¿Qué fue lo que sentiste?

a) Angustia b) Preocupación c) Paranoia d) Desesperación e) Ira

f) Otro: _____

14. ¿Cambias tu celular con frecuencia?

a) Sí b) No

15. ¿Cada cuánto tiempo cambias de celular aproximadamente?

a) Cada 6 meses b) Cada año c) Cada 2 años d) Cada 3 años e) Cada 5 años

16. ¿Duermes con el celular cerca de ti?

a) Sí b) No

17. ¿Con quiénes te comunicas con mayor frecuencia? Puedes jerarquizarlo colocando en la primera línea el tipo de personas, con quienes te comunicas con más frecuencia. (Familiares, amigos, novio(a), compañeros de trabajo, instituciones, otros).

1. _____

4. _____

2. _____

5. _____

3. _____

6. _____

18. ¿Hablas más con tus amigos y/o familiares cara a cara o por el celular?

a) Hablo más con ellos por el celular b) Hablo más con ellos cara a cara.

19. ¿Qué importancia tiene para ti el celular como objeto para tus actividades diarias?

a) Alta b) Media c) Baja d) Ninguna

20. ¿Qué importancia tiene para ti el celular como objeto personal?

a) Alta b) Media c) Baja d) Ninguna

¡Muchas gracias!

Anexo 4 – Gráficas representativas de los hallazgos encontrados en la aplicación de la segunda encuesta realizada a los estudiantes de la Facultad de Arquitectura en la UANL.

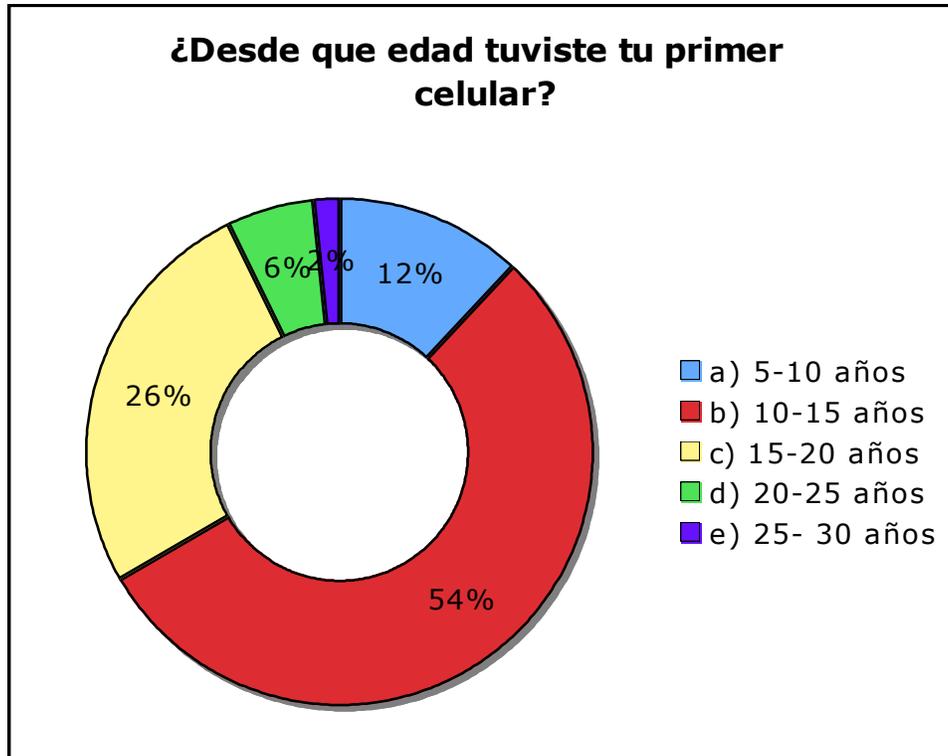


Figura 2.1



Figura 2.2

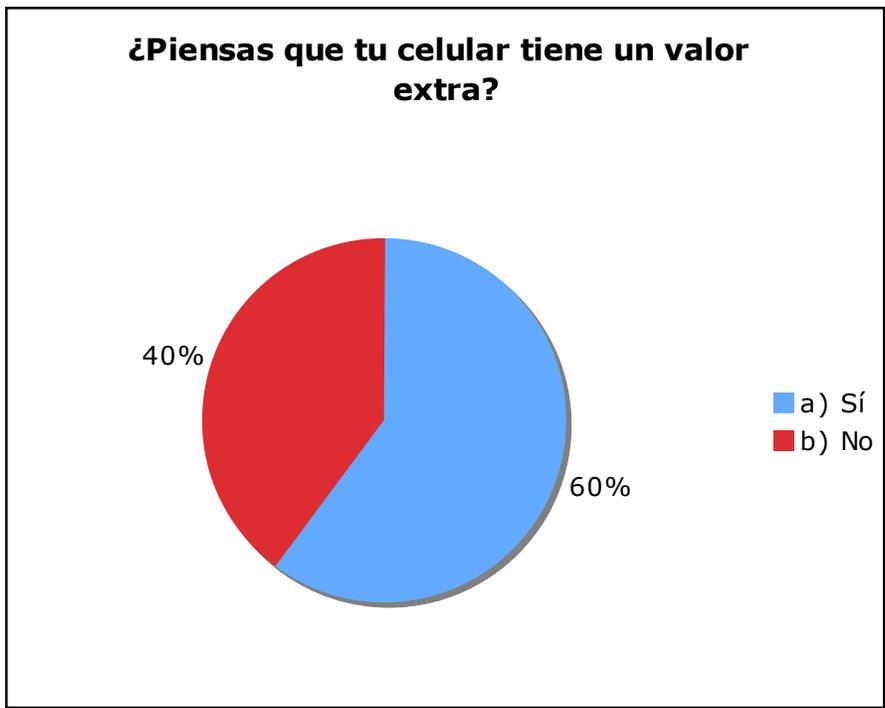


Figura 2.3

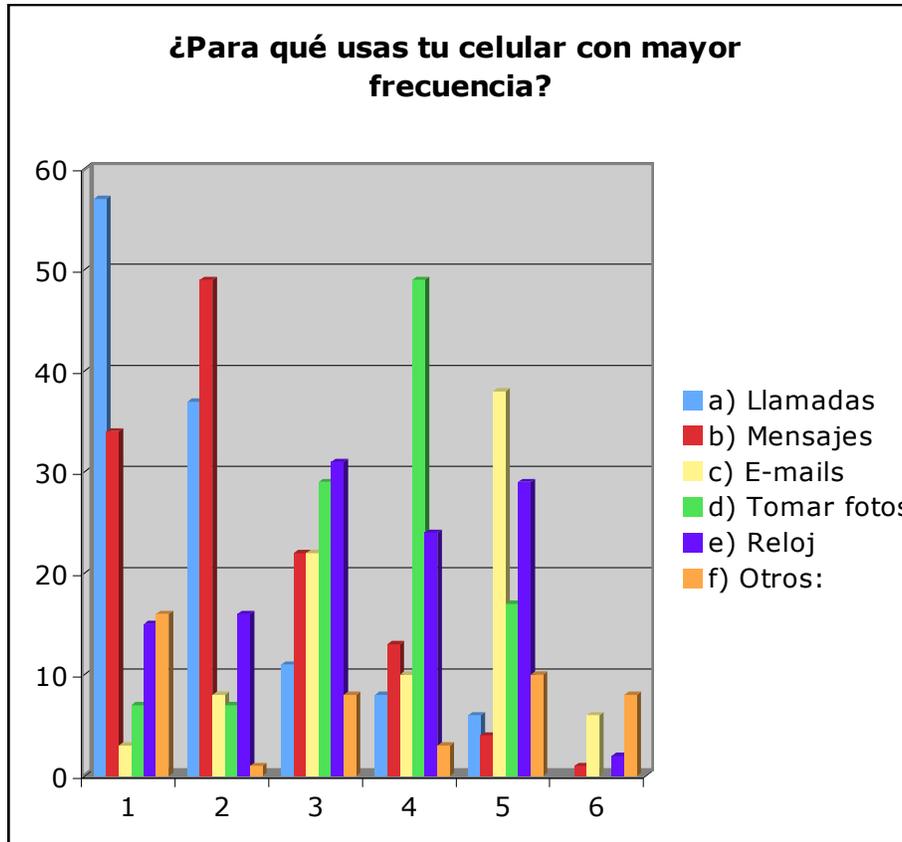


Figura 2.4

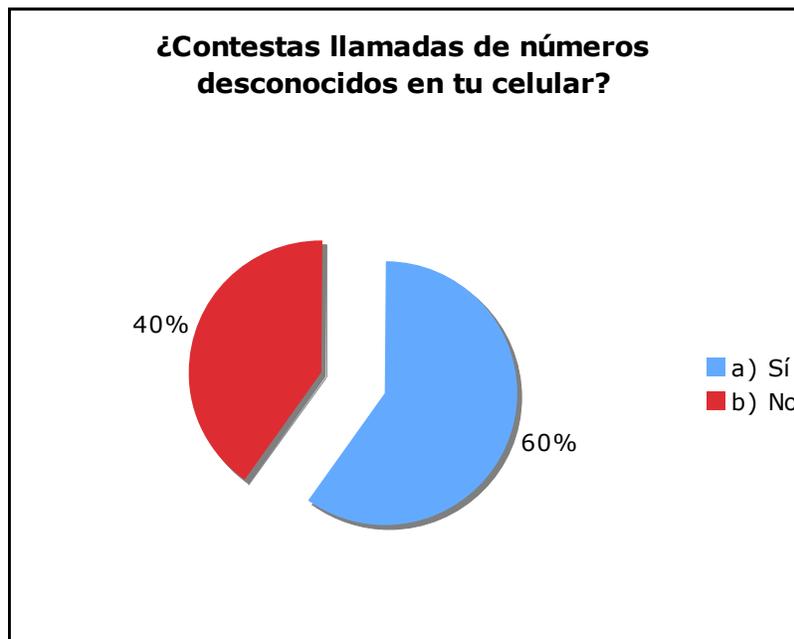


Figura 2.5



Figura 2.6

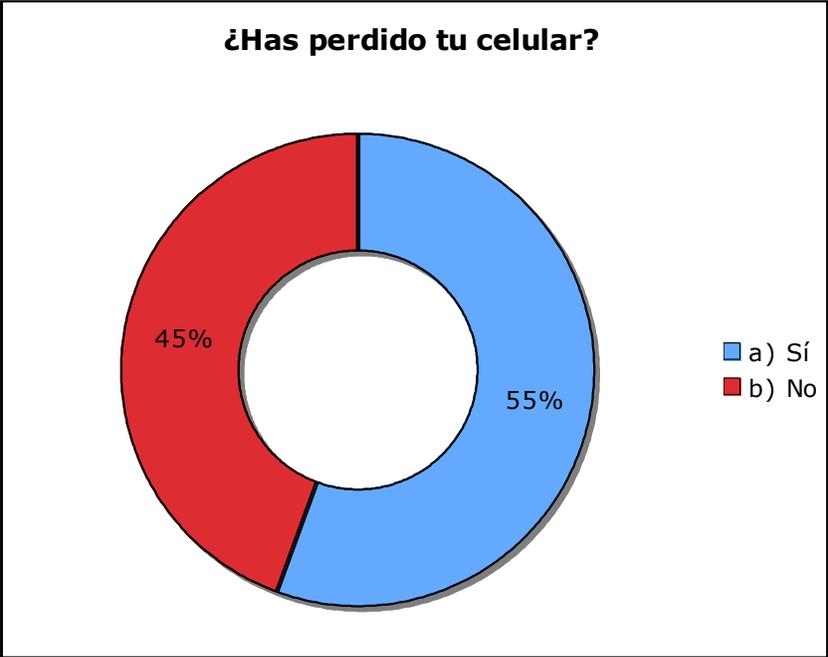


Figura 2.7

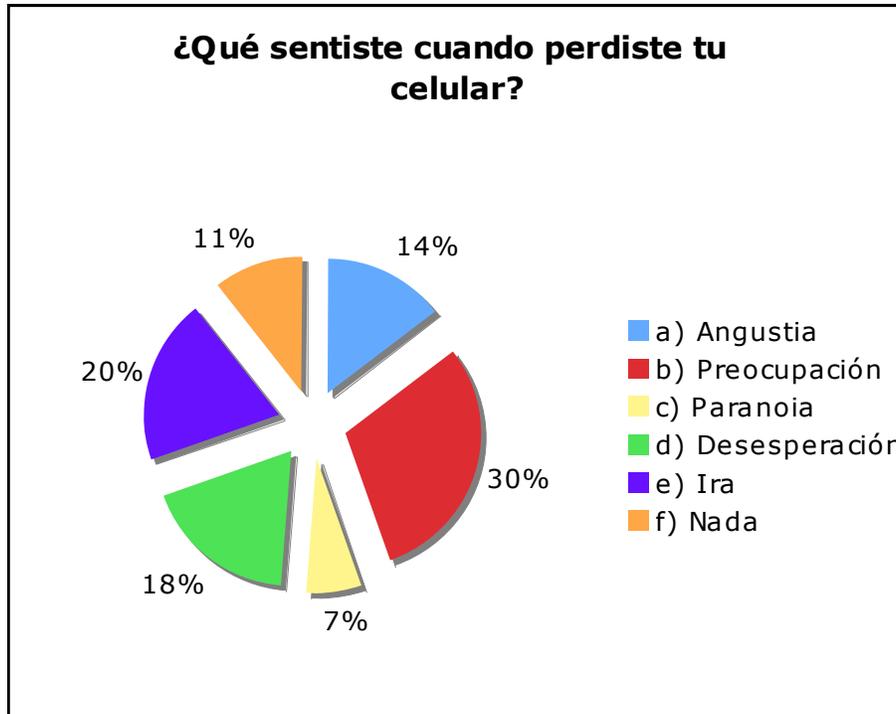


Figura 2.8



Figura 2.9



Figura 2.10

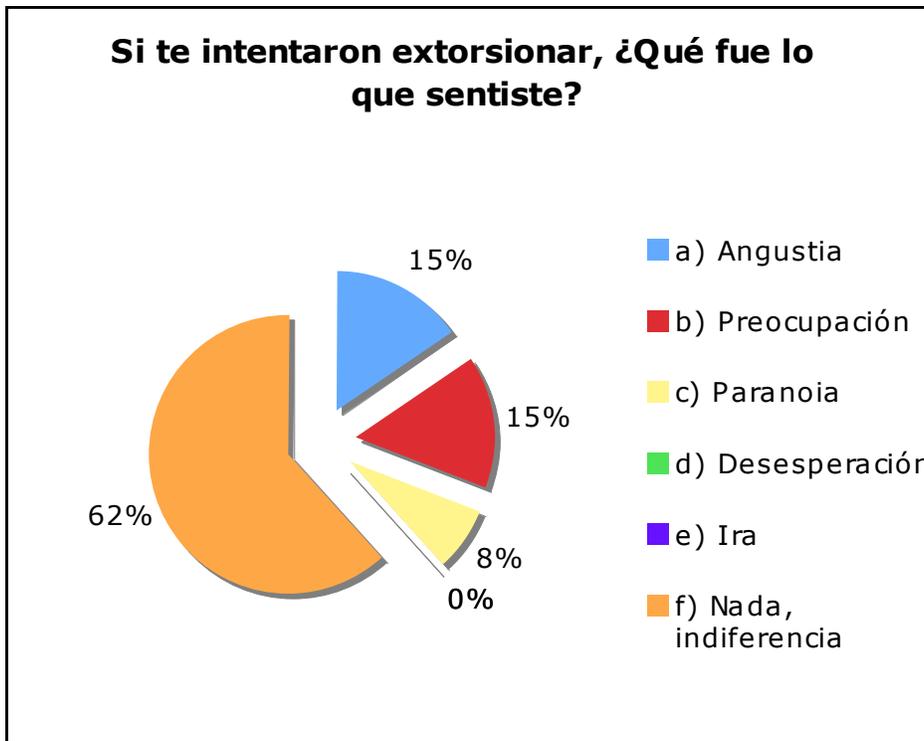


Figura 2.11

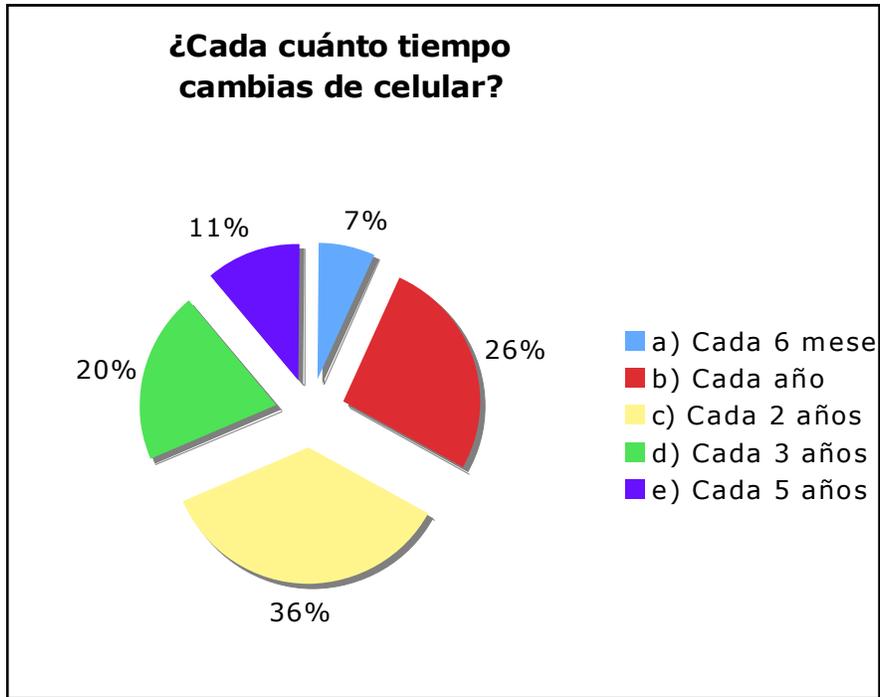


Figura 2.12

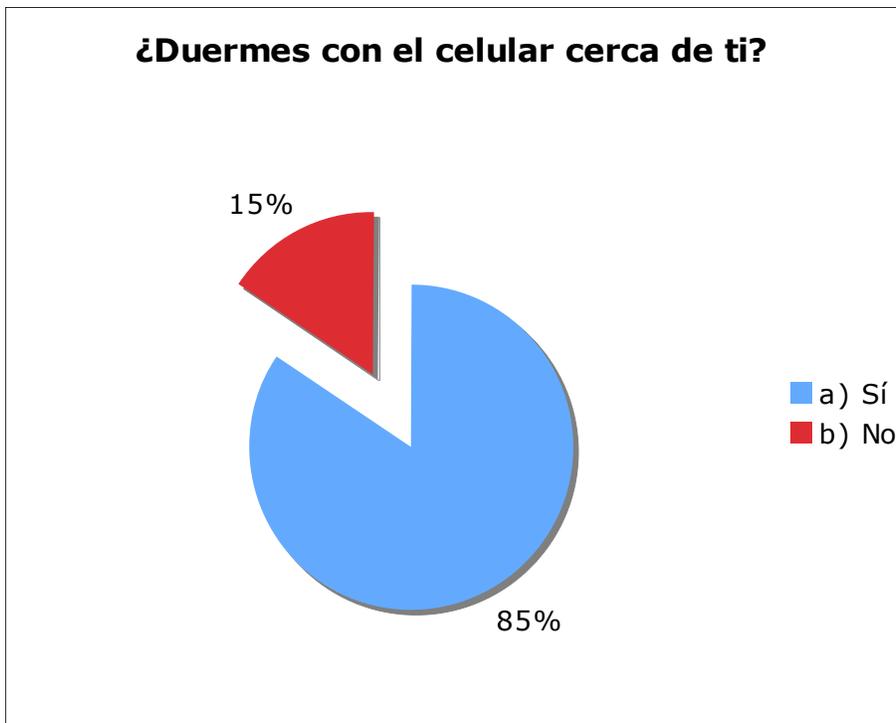


Figura 2.13

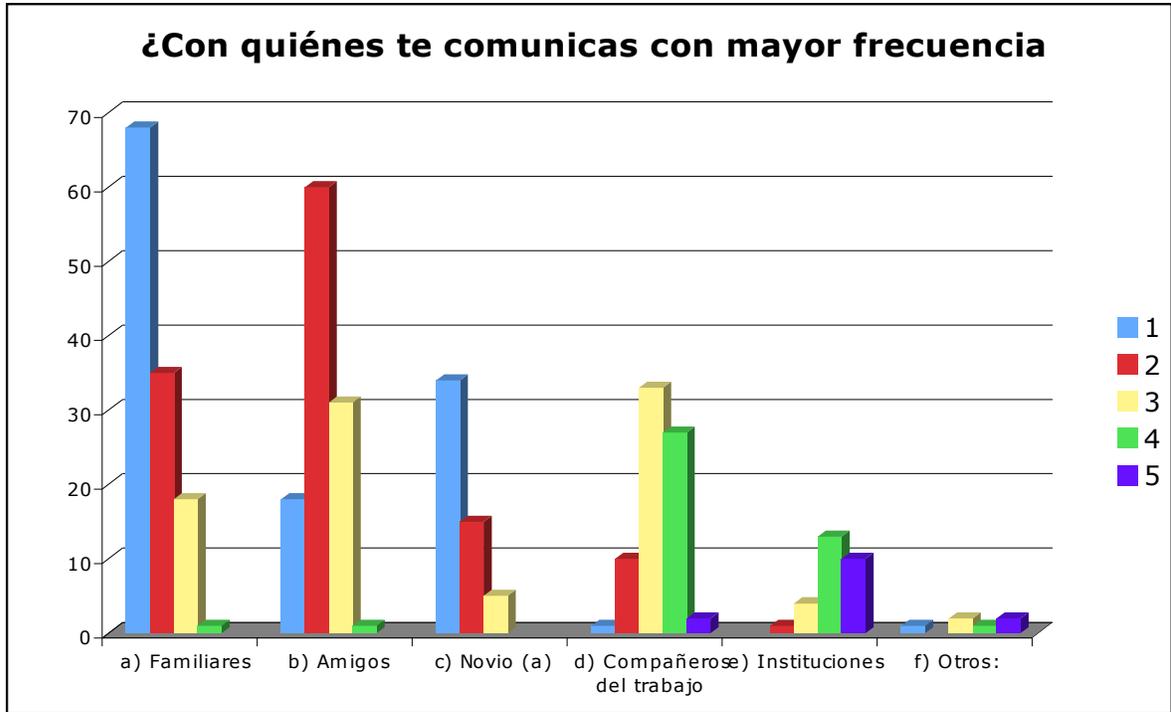


Figura 2.14

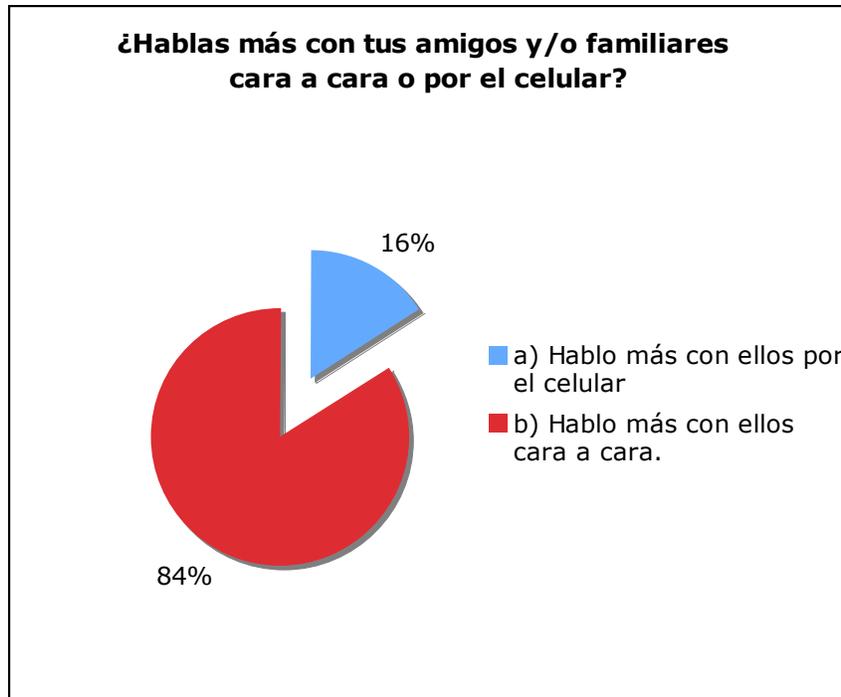


Figura 2.15

¿Qué importancia tiene para tí el celular como objeto para tus actividades diarias?

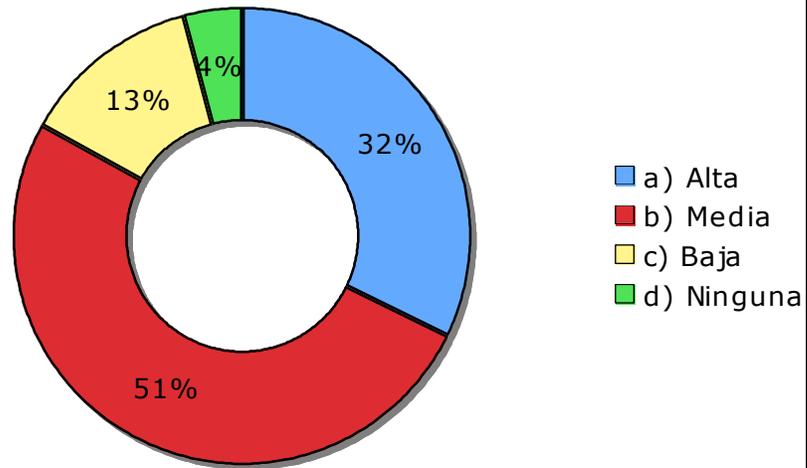


Figura 2.16

¿Qué importancia tiene para tí el celular como objeto personal?

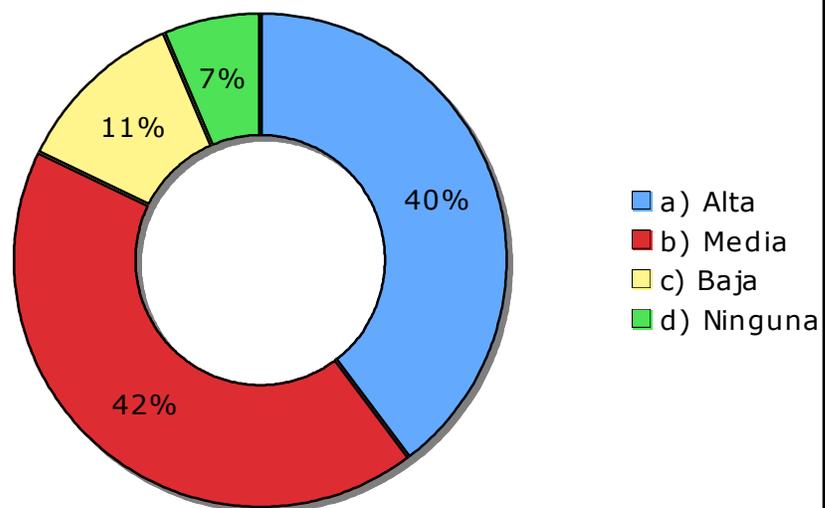


Figura 2.17