



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

**Estudio de caso: el consumo de teléfonos inteligentes
(smartphones) en estudiantes de ciencias sociales de
FES Acatlán, UNAM.**

**TESINA
Y
EXAMEN PROFESIONAL**

Que obtener el título de
licenciado en Sociología

Presenta:

Rafael Benítez Sandoval

Asesor:

Lic. Guadalupe Cortés Díaz.

JUNIO, 2015.

Santa Cruz Acatlán, Estado de México



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos y dedicatorias

Agradezco a la **Universidad Nacional Autónoma de México** por la educación recibida desde el nivel medio superior (**CCH Azcapotzalco**) hasta la licenciatura en sociología (**FES Acatlán**).

A la profesora **Guadalupe Cortés Días** por su apoyo y guía incondicionales sin los cuales esta investigación no hubiera concluido. Así como a todos los asistentes técnicos, estudiantes y personas en general que me proporcionaron su tiempo y ayuda.

A todos los **sinodales** por su tiempo, observaciones y consejos acerca de esta investigación.

Agradezco también a **Lorena Montoya Martínez** y a la **Dra. Guadalupe Rodríguez de Ita** del **Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora** por todas las oportunidades que me brindaron. Sin su apoyo este proyecto no hubiera sido posible.

Dedico especialmente este trabajo a mi madre (**Inés Elvira Sandoval Cruz**), porque sin ti, nada de lo que soy ahora existiría. Eres una profesora, madre y mujer inalcanzable, un verdadero ejemplo de vida para mí y a pesar de mis múltiples faltas como hijo, así como todas las problemáticas que has enfrentado a lo largo de tu vida, has sabido sacar a adelante a esta familia, cuidándonos, guiándonos, llamándonos la atención severamente cuando más lo necesitábamos, proporcionándonos todo lo mejor que podías, trabajando arduamente por nosotros, sacrificándote por nuestros sueños. Madre, muchas gracias por todo, jamás olvidaré la enseñanza más grande que me diste desde pequeño (aun que no lo aprecié hasta más tarde) a través de tu trabajo cuando fuiste mi maestra, nos

dijiste (parafraseando a la Madre Teresa de Calcuta) “el que no vive para servir, no sirve para vivir”. Por todo lo anterior y muchas cosas más, te estaré eternamente agradecido, gracias mamá.

A mi hermano **Eduardo Benítez Sandoval**, el cual fomentó en mí diversos gustos y pasiones (especialmente la música) sin los cuales yo nunca hubiera salido de múltiples abismos en los que me he encontrado. También a ti te debo mi constitución como individuo ya que a pesar de nuestras discrepancias ideológicas, que generalmente terminan en trifulcas, has estado apoyándome de diversos modos. Agradezco mucho tus enseñanzas (directas e indirectas) y consejos, me ayudan mucho a recorrer el camino que he escogido, muchas gracias por todo hermano.

A 水野,菜津美, por todo el apoyo, afecto y paciencia. Gracias a ti conocí no solo realidades desconocidas de mi país y cultura sino también de mi mismo. No tengo palabras para agradecer lo mucho que has hecho por mí, motivándome a sobrepasar mis capacidades, agradezco a la vida el haberte encontrado, de verdad muchas gracias.

A mi tías **Delfina** y **Josefina**, siempre estaré agradecido con ustedes por cuidarnos y educarnos a mi hermano y a mí cuando nuestra madre no podía. Al igual que mi madre, fueron, son y serán ejemplos de vida. En donde quiera que estén, este trabajo también fue por ustedes.

A mi familia en general, muchas gracias por su apoyo y cariño.

A **Ely**, mi amiga, jamás olvidaré la última charla que tuvimos, tus palabras siguen resonando en mi corazón a pesar del tiempo, jamás te olvidaré.

A mis otros hermanos y hermanas, la familia que pude escoger (o que me escogió), aquellas personas que han estado conmigo en mis peores momentos y que jamás me han dejado solo, en su compañía he experimentado la vida en

verdaderas situaciones límite tanto devastadoras como constructivas, apoyándonos mutuamente e impulsando a desarrollar lo mejor de cada uno de nosotros. No sé que hubiera sido de mí sin ustedes, gracias por seguir conmigo a pesar de las problemáticas cotidianas.

Finalmente, gracias infinitas a mis amigos y hermanos **Luis Alberto Chávez Reyes** y **Lidia Angélica Valencia Pérez**, por ser verdaderos ejemplos de superación en la carrera y no solo eso, gracias por preocuparse y apoyarme en los momentos de mayor necesidad, es un honor ser considerado su amigo.

“Los sociólogos, debemos [...] *desfamiliarizar* lo familiar y *familiarizar* (domeñar, domesticar) lo desconocido.[...] dejar al descubierto la *doxa* (el saber que usamos para pensar, pero sin pensar sobre él), extrayéndola de las opacas profundidades del subconsciente, y en consecuencia habilitar y poner en marcha un proceso de perpetuo escrutinio crítico por parte de quienes no tiene idea de que la poseen ni de que la usan sin darse cuenta. En otras palabras, requieren el arte del diálogo.”

Bauman, Zygmunt (2011).

Capitulado

Introducción.....	8
1 Características generales de la modernidad líquida: elementos constitutivos de las sociedad de consumo.....	18
1.2 Sociedades de consumo y sus tipos ideales	23
1.2.1 Consumismo.....	23
1.2.2 Tiempo puntillista	26
1.2.3 Cultura consumista.....	28
1.3 El concepto de consumo de Jean Baudrillard.....	30
1.4 El sistema de los objeto: La liberación del objeto moderno a través del multifuncionalismo	34
1.4.1 Elementos racionales del objeto: colocación, ambiente, gestos y formas.....	36
1.4.2 Elementos subjetivos: historicidad, autenticidad y colección	38
1.4.3 Elementos ideológicos: el ideal de automatismo y la publicidad.....	39
1.5 El objeto de uso y su relación con el consumo.....	43
1.6 El objeto-uso como herramienta de análisis del mundo cotidiano	46
2 Características generales del teléfono inteligente (smartphone).....	49
2.1 Aplicaciones o Apps	50
2.2 Antecedentes del teléfono inteligente	52
2.3 Los líderes mundiales productores de teléfonos inteligentes	57
2.4 Tipos de usuarios en México.....	61
3 El grupo focal o de discusión como técnica de investigación	63
3.1 Número de integrantes.....	65
3.2 Selección de participantes.....	66
3.3 Duración de las sesiones.....	66
3.4 Preguntas guías	67
3.5 Desarrollo.....	69
3.6 Presentación de resultados obtenidos por carrera.....	70
3.6.1 Análisis del grupo focal de estudiantes de Ciencias Políticas.....	71
3.6.2 Análisis del grupo focal de estudiantes de Economía	83

3.6.3Análisis del grupo focal de estudiantes de Relaciones Internacionales	93
3.6.4 Análisis del grupo focal de estudiantes de Sociología.....	106
4 El teléfono inteligente dentro del contexto de la modernidad líquida y las sociedades de consumo.....	117
4.1 La relación del teléfono inteligente y el consumo	119
4.2 El teléfono inteligente en el sistema de los objetos y sus elementos objetivos, subjetivos e ideológicos.....	121
4.3 El teléfono inteligente como objeto de uso.....	126
Conclusiones	129
Fuentes de información	136
Anexos	

Introducción

Cada vez es más común encontrarse diversos tipos de individuos utilizando teléfonos inteligentes en múltiples espacios públicos y en ocasiones privados, llegando incluso a tener más contacto con esta clase de objetos tecnológicos que con otros que conforman su entorno cotidiano.

De hecho, se ha reportado que la utilización y adquisición de estos objetos en México está en aumento. En el 2013, se reportó que de los 41 millones de usuarios de telefonía móvil reportados en ese año, 39% de éstos son usuarios de teléfonos inteligentes (Diario de Yucatán,2013). Cabe destacar que solo en el primer trimestre del 2013, la existencia de teléfonos inteligentes aumentó 61% con relación al 2012 (El economista,2013).

Incluso, en la consulta de tendencias juveniles del 2013 hecha por el Instituto de la Juventud en conjunto con el Gobierno del Distrito Federal reportan haber entrevistado a 304 mil jóvenes entre 14 y 29 años de edad residentes en el Distrito Federal, 28.5% de estos dicen ser poseedores de un teléfono inteligente (Mancera .et. al, 2013: 39). Actualmente, se ha producido un incremento considerable de la adquisición de éste producto entre el 2014 y el 2015 del 49 al 58% (Villegas, Andrea, 2015). Incluso se ha llegado a detectar que 5 de cada 10 personas se conectan a través del teléfono inteligente según reporta Carlos Ponce, presidente de la AMIPCI (De Lara, Fernández, Carlos y Chávez, Gabriela, 2014).

Esto nos muestra que en un futuro relativamente cercano, los teléfonos inteligentes serán uno de los principales instrumentos de comunicación y entretenimiento para los mexicanos. A pesar de la situación económica tan inestable y en algunos casos hasta precaria, muchos individuos tienen entre sus prioridades la adquisición y manutención de un teléfono inteligente y sus servicios, además de la compra de accesorios para éste.

Por eso, la adquisición, renovación y desecho masivo de estos aparatos, no se debe a una cuestión de moda, ni tampoco enteramente a un lógica económica racional, sino a los cambios socio-culturales de la época moderna en la que nos encontramos, configurando nuestro entorno cotidiano sin percatarnos de sus efectos mostrados a través de elementos culturalmente reconocibles, formas de apropiación y elementos ideológicos. Es así como a partir de estos argumentos se generaron los siguientes cuestionamientos que dieron origen a esta investigación:

- ¿Cuáles son los elementos que constituyen al teléfono inteligente como un objeto de consumo? y ¿su adquisición masificada es resultado del incremento constante de deseos y las posibilidades de adquirir objetos, servicios, accesorio entre otros muchos elementos relacionados a dicho objeto, mediante la manipulación sistemática de las necesidades a través de los elementos significantes que lo constituyen y legitiman como objeto de la vida diaria?
- ¿Cuáles son los elementos significantes o sintágmicos que configuran un Smartphone como un elemento de la vida cotidiana entre los individuos?
- ¿Cómo es que los usuarios se perciben a sí mismos y a otros como usuarios de teléfonos inteligentes acorde a su utilización?

Entonces, acorde a dichos cuestionamientos, esta investigación se constituyó en función de los siguientes objetivos:

- Describir los valores significantes o sintágmicos que los estudiantes identifican o relacionan con un smartphone.
- Establecer los elementos objetivos, subjetivos o ideológicos que influyen la decisión de adquirir un teléfono inteligente.
- Determinar la forma en que los individuos (para esta investigación son los estudiantes de ciencias sociales de FES-Acatlán)¹ se perciben y observan a otros usuarios de teléfonos inteligentes a través de su adquisición, utilización o desecho.
- Generar hipótesis para futuras investigaciones.

Por estos motivos, un concepto como el de consumo desde una perspectiva sociológica brinda elementos para un análisis más profundo y crítico que el pensamiento económico tradicional, permitiendo la resolución de las preguntas planteados para esta investigación.

La adquisición de objetos masificados (tales como el teléfono inteligente) tiene una explicación más allá de la mera satisfacción de necesidades expresadas a través de una lógica racional, sustentada desde una perspectiva económica clásica la cual entiende al consumidor como un ente pasivo. Es decir “el pensamiento

¹ Esto se explica y justifica más adelante.

económico convencional acerca del consumo parte del supuesto de que los individuos actúan racionalmente en su conducta de compra, maximizando su utilidad y tomando como base de sus decisiones una jerarquía de gustos y preferencias que parecen emerger de forma autónoma a cualquier conocimiento del entorno social” (López de Ayala, 2004: 161).

Sin embargo, hay que considerar que la decisión de adquirir un producto o servicio también se encuentra en función de la subjetividad de los consumidores, ajena en ocasiones a su entorno socio cultural inmediato, constituyendo elementos socialmente reconocibles por lo que, se puede ubicar al consumo como una expresión de identidad.

Por otro lado, desde una perspectiva tradicional sociológica relacionada al consumo y como lo comenta López de Ayala (2004), dicho concepto se encuentra “vinculado al análisis de la clase social como categoría sociológica básica, buscándose correlaciones entre el acceso diferencial al consumo y la estratificación en clases sociales de las sociedades capitalistas industriales.” (p.161) Tal es el caso de las perspectivas teóricas de; Marx y Bourdieu principalmente, que si bien, son valiosas y ricas en elementos simbólicos (de carácter subjetivo) y de análisis, actualmente su perspectiva se ve superada por los cambios tan rápidos que experimenta el mundo actual.

Es así como las teorías clásicas relacionadas al consumo (tanto sociológicas como económicas), condenaban al consumidor a un estado de análisis pasivo y de comportamiento de masas, por ejemplo, la perspectiva marxista relacionada al fetichismo de la mercancía que si bien es un análisis crítico, coloca al proletariado (figura central revolucionaria) en medio de una trampa consumista hacia la miseria moral, polarizando el análisis de este fenómeno entre una perspectiva opresora o liberadora para otros teóricos. Lo que deja de lado la perspectiva de los consumidores como “agentes activos, capaces de actuar sobre la realidad social acotada en la investigación a partir de un objeto de consumo o sistema de objetos de consumo.” (Callejo, 1995: 78)

En ese sentido, Marx advierte que los bienes y servicios esconden las relaciones de explotación existentes tras el movimiento de las mercancías. Sin embargo, no solo hay elementos objetivos que envuelven esta forma de interacción, sino que también existen elementos significantes y simbólicos que la constituyen, como lo expresa la propuesta teórica de Thorstein Veblen y Bourdieu.

Veblen (1857-1929), sociólogo estadounidense, es considerado como uno de los fundadores de la corriente de análisis de la sociología de consumo, planteando en

su libro *la teoría de la clase ociosa* que la adquisición y utilización de algunos objetos tienen como función el establecer elementos diferenciadores entre los individuos que conforman diversos procesos productivos materiales expresados a través del consumo conspicuo (aquel de carácter estatutario) y la emulación de comportamientos. Sin embargo, este tipo de comportamientos basados en la exhibición y el lujo, responden a un mercado productivo más homogéneo y definido por lo que, dicha perspectiva se encuentra ya muy alejada de los tiempos modernos, por lo que otros sociólogos posteriormente, retomarían dicha corriente de análisis para profundizar en ella. Tal es el caso de Bourdieu.

Bourdieu profundizó en áreas relacionadas al consumo donde el materialismo histórico y la economía clásica no lo habían hecho, analizando más que las relaciones de producción y la forma en que éstas configuran e influyen las relaciones sociales; realizando un análisis socio-cultural estructural sobre la adquisición de bienes y servicios. Pero, los problemas que planteaba no eran del todo culturales es decir, desde la cultura intentó entender las relaciones y diferencias sociales que se vislumbran en el consumo, para ello, él retoma dos ideas centrales del marxismo, por una parte reconoce que las sociedades están estructuradas en clases sociales y las relaciones sociales entre las clases son relaciones de lucha. Mostrando la existencia de relaciones ocultas en la adquisición de determinados bienes o servicios expresados a través del consumo.

Es así como Bourdieu señala lo siguiente, lo que consumen y la forma en que consume los individuos es producto de un posicionamiento estructural de clase. Cada clase social posee disposiciones estéticas las cuales, configuran las expresiones y preferencias de los individuos, incluyendo los aspectos subjetivos de los comportamientos individuales y colectivos, por lo tanto, Bourdieu distingue tres modos de producción que definen el mercado de bienes simbólicos: burgués, medio y popular. En esos términos García Canclini, en la introducción que hace del libro de dicho autor *sociología y cultura*, nos explica que “Estos modos de producción cultural se diferencian por la composición de sus públicos, por la naturaleza de las obras y por las ideologías político-estéticas que los expresan.” (Bourdieu, 1990: 22).

Estos posicionamientos de clase, coexisten dentro de la sociedad sin embargo, se han organizado desigualmente todos los bienes materiales, estéticos y simbólicos. Estos elementos pueden ser adquiridos por diversas clases pero, no es la adquisición lo que determina la diferencia entre sí, sino la forma en que son utilizados. De este modo, cada estrato social posee elementos distintivos que los legitiman como tales a pesar de poseer objetos similares entre las clases.

En ese sentido y a groso modo, la estética burguesa busca diferenciarse de las otras a través de formas de comportamiento así como de conocimientos que les permita la apreciación e interpretación de determinados bienes o servicios los cuales, solo pueden ser apreciados por quienes cuentan con medios económicos y simbólicos suficientes para su disfrute o utilización, en otras palabras, el capital cultural (cultura acumulada propia de una clase social) de esta clase social está en función del nivel socio-económico de sus individuos el cual les provee de múltiples medios para la satisfacción de todas sus necesidades básicas así como de sus deseos o anhelos, otorgándoles tiempo de sobra para otras actividades.

Por otra parte, la estética de los sectores medios, se caracteriza por la búsqueda de la mayor rentabilidad de los objetos a si como la masificación de éstos, los cuales, deben poseer elementos técnicos y estéticos inmediatamente accesibles y comprensibles, incluyendo temas en pro de personajes y símbolos estereotipados para facilitar su identificación, adaptando y simplificando elementos de las clases culturales dominantes.

Por último, la estética popular, se caracteriza por ser pragmática y utilitaria, buscando la óptima satisfacción de las necesidades al mismo tiempo que se legitiman como oposición a los elementos simbólicos burgueses (por su incapacidad de separar lo estético de lo práctico) además, configuran sus hábitos en función de aquellos elementos significantes para ellos, tal es el caso de la fuerza laboral y la solidaridad. Ejemplo de esto es el gusto por sabores tanto de comidas y bebidas fuertes a diferencia de las clases sociales más elevadas cuyo abanico de posibilidades incluyen sabores, olores, texturas etc. más refinadas.

Entonces, los diversos modos de producción cultural en las estructuras del mercado, configuran los gustos entre las clases sin embargo, no engendran de manera automática el comportamiento de cada individuo, es por ello que Bourdieu (1990) propone el concepto de *habitus*, que en palabras de Canclini citando al mismo tiempo a dicho sociólogo, el *habitus* se define como:

“el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerde con las subjetivas. [...] El *habitus* generado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción. Por ser sistemas de disposiciones durables y transponibles, estructuras predispone a funcionar como estructuras estructurantes.”(p. 34)

Es de esta manera como la subjetividad de los individuos permite re estructurar la estructura en la cual se desenvuelven, adicionando y seleccionando contenidos relevantes para ellos pero teniendo siempre como sentido de sus acciones la estructura originaria de la cual provienen.

Aunque, si bien es verdad que la propuesta teórica de Bourdieu generó herramientas para la formulación y constitución de nuevos paradigmas relacionados al consumo, hay que tener en mente que la realidad social que él analizó es la francesa (como muchas veces él lo mencionaba), lo que implica hablar de un mercado simbólico de bienes y servicios más homogéneo y delimitado con relación a las formas de producción de cada clase por lo que, al referirnos a una realidad diferente a la francesa u europea, como es el caso de América latina, necesitamos considerar factores no previstos a través de la perspectiva teórica de Bourdieu (1990) puesto que “las relaciones económicas y políticas no han permitido la formación de un amplio mercado cultural de élite como en Europa ni la misma especialización de la producción intelectual ni instituciones artísticas y literarias con suficiente autonomía respecto de otras instancias de poder. “ (p. 46)

Asimismo, hay que observar la forma en que el mercado global ha crecido y la increíble velocidad con la que fluye la información actualmente, propiciando que los individuos compartan gustos o experiencias subjetivas diferentes en común a pesar de ser de diversos estratos sociales o nacionalidades por lo que, perspectivas teorías como la Zygmunt Bauman, proponen que el elemento vinculante de identidad entre los individuos han dejado de ser las relaciones sociales que se constituían en función de los medios de producción, priorizando la del consumidor. Esto, aunado a otras problemáticas carentes de limitantes territoriales y espaciales, ha propiciado el deterioro de todo aquello que generaba seguridad y predicción en las relaciones sociales, dejando a los individuos la responsabilidad de legitimar su existencia en el entramado social entre un ambiente de incertidumbre.

Además, tenemos que considerar que los objetos influyen en el comportamiento las personas acorde a la manera en que éstos configuran nuestros entornos cotidianos es decir, no todos los objetos que adquirimos o utilizamos influyen de la misma manera nuestras relaciones en la vida diaria. Teniendo esto en cuenta, Jean Baudrillard propone un sistema basado en el análisis de elementos objetivos, subjetivos e ideológicos que constituyen a los objetos y la forma en que dichos elementos diferencian a los objetos entre utensilios o herramientas y objetos de consumo, los cuales obedecen no solo a la satisfacción de las necesidades sino también a los deseos y placeres.

Estos elementos son manipulados y descontextualizado en pro de intereses comerciales con el fin de incentivar o seducir a los individuos para la compra de un bien o servicio en particular, modificando las necesidades y priorizando los anhelos de los individuos. De este modo, los objetos también comunican significados sociales fuera de los límites de su operatividad y funcionalidad, esto sucede cuando el diseño del objeto excede sus funciones. Es así como, para esta investigación las perspectivas teóricas de Bauman y Baudrillard principalmente, resultan viables.

Estos escenarios dejan en claro que la adquisición masiva de algunos objetos o servicios responden a los tiempos modernos en donde los deseos, las ganas y los anhelos humanos constituyen la principal fuente de impulso de las sociedades modernas, a esto Zygmunt Bauman lo denomina consumo definiéndolo como:

“una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de auto identificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales” (Bauman: 2012: 47)

Esto sucede dentro del marco de lo que el sociólogo polaco, denomina modernidad líquida, haciendo referencia a las cualidades de estos elementos tales como; la capacidad de adquirir la forma de aquello que los retenga, la fluidez, su incapacidad de fijarse a un espacio y un tiempo determinado entre muchas otras, en contra posición del proyecto de modernidad “sólida” que buscaba la estabilidad y el control. En la actualidad, podemos apreciar que todo aquello que le daba forma a la vida cotidiana se ve erosionado y debilitado por diversos factores, destacando la velocidad con la que fluye la información a nivel global y la forma en la que el consumo ha desplazado uno de los principales valores generadores de identidad entre los individuos: el trabajo (Posada Velázquez, 2013: 117).

Este tipo de lógica entonces, no solo ha modificado la forma en que adquirimos bienes y servicios, sino también la forma en que nos definimos como individuos y colectividades, además de reinterpretar ciertos conceptos como el tiempo, satisfacción y libertad los cuales, se encuentra en función de la cantidad de deseos y necesidades que la producción incentiva a los individuos a generar, produciendo una cantidad infinita de objetos para cada deseo.

De esta manera, el teléfono inteligente reproduce y legitima este tipo de lógica por ser producto de la misma, a la par que se integra en diversas mecánicas de exclusión e inclusión, no se puede negar que es una herramienta útil para compartir y reproducir información sin embargo, tenemos que cuestionarnos la

forma en que modifica las relaciones entre los individuos así como los conceptos que en otrora daba sentido a la vida colectiva, por lo que, debido al debilitamiento de aquellos elementos que generen estabilidad y seguridad, ahora la responsabilidad de asegurar la pertenencia en la vida social recae en manos de los propios individuos.

Entonces, los objetos no solo son definidos y reconocidos por sus capacidades técnicas, existen objetos que al llegar a su límite técnico y exceder su funcionalidad característica, ven modificado el concepto por el cual fueron creados, propiciando que los individuos comiencen a reinterpretar los componentes que configuran a dicho objeto a través de elementos significantes o significativos y reconocibles para ellos así como para diversos grupos sociales, lo que permite que dichos objetos posean características comunicativas de otro modo, todos los objetos que configuran nuestro entorno serían simples instrumentos.

En ese sentido, Pineda Cruz Edgar y Pineda Repizzo Adryan Fabrizio² nos explican, que un objeto que se encuentra en dicha posición, es un *objeto-uso u objeto-signo*, por lo tanto, debe ser entendido primeramente como un producto cultural, un reflejo de las formas en que se relacionan e interactúan los individuos con sus entornos. El análisis de este objeto social implica hablar de los materiales, procedimientos y productos que circulan y legitiman prácticas y saberes de una sociedad determinada, entonces, para Pineda Cruz y Pineda Repizzo (2009) este tipo de objeto es “[...]una entidad significativa y comunicativa de los valores sociales y culturales de un grupo humano[...]”(p.71).

Entonces, de acuerdo con los investigadores Pineda Cruz y Pineda Repizo (2009) el mensaje expresado por los objetos (con significado social) a través de estas cualidades significantes, se entiende como “la organización sistemática, compleja y conceptual de signos, que utilizan como vehículo la configuración misma del objeto para transmitir una información, para indicar a alguien algo, para expresar e interpretar una realidad sensible y cultural, para generar aprendizaje y memoria”(p.80).

De esta manera, se puede apreciar cómo es que los objetos desarrollan funciones o elementos más allá de las operaciones por las que fueron diseñados o definidos sin embargo, un objeto que cumple con estas características y que es apropiado por una cantidad considerable de personas, necesita que los elementos

² Facultad de Diseño Industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Colombia. Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario, Colombia.

significantes que lo conforman se encuentren en circulación y reproducción constante en un espacio, ese espacio es el mercado.

Entonces, bajo esta perspectiva el teléfono inteligente es un instrumento práctico y útil para desempeñar ciertas tareas en el mundo cotidiano actual pero, al mismo tiempo posee elementos significantes que rebaza estas cualidades, a tal grado que para algunos individuos es inconcebible salir de casa sin este objeto. En ese sentido, el teléfono inteligente más allá de su valor práctico y su valor económico, detenta valores significantes comunicacionales que son reconocibles por diversos grupos sociales, generando mensajes que pueden ir desde un discurso de utilidad, denotar un posicionamiento social hasta un determinado valor estético e ideológico.

Es así como se observa que el teléfono inteligente es más que un objeto práctico con un valor económico considerable que está siendo apropiado por un número cada vez mayor de individuos, siendo los jóvenes quienes poseen una interacción constante con este objeto puesto que, ellos cuentan con más tiempo libre que sus contrapartes adultas.

Por lo planteado anteriormente, se ha escogido a la FES Acatlán como escenario para la realización de este estudio, esto es debido a que en la FES existen aproximadamente en el sistema presencial (escolarizado) alrededor de 20 mil estudiantes (FES Acatlán, 2013) los cuales, provienen de diversas partes del Estado de México y del Distrito federal, una gran parte son individuos mayores de edad sin embargo, resulta complicado realizar un estudio de carácter cuantitativo por no contar con los recursos económicos y humanos para la realización de una muestra significativa acorde al total de la población.

Es por esto que para la realización de este estudio, se utilizarán elementos metodológicos de carácter cualitativos. Se implementará la técnica de grupos focales con el fin de buscar la máxima representatividad posible de cada grupo. En ese sentido, esta investigación no busca establecer generalidades, lo que busca es recolectar elementos que permitan la generación de hipótesis posteriores.

De esta manera, se decidió realizar este estudio con estudiantes del área de ciencias socioeconómicas de dicha institución por los siguientes motivos: primeramente, por contar con el apoyo y acceso a la información requerida por parte de las coordinaciones de cada carrera a través de sus coordinadores y asistentes técnicos, en segundo lugar, por el enfoque formativo de esta área, ya que se encuentra orientada al debate y al pensamiento crítico lo cual, facilita la

formación de grupos de discusión³, finalmente, al ser egresado de esta área, me encuentro particularmente interesado en el posicionamiento que los alumnos puedan mostrar ante esta temática ya que, los resultados de esta investigación podrían formular hipótesis para investigaciones futuras que permitan formular cuestionamientos reflexivos y auto críticos para el mejoramiento de dicha área.

³ Esto de ningún motivo quiere decir que las otras áreas carezcan de estas cualidades, sin embargo, algunas se encuentran enfocadas a cuestiones más particulares o al desarrollo de habilidades técnicas por lo que, probablemente sus respuestas se encuentren orientas más al funcionamiento, diseño, ventas etc. que a los elementos que busca identificar esta investigación. Cabe señalar que si bien, es verdad que el área de humanidades posee un perfil formativo similar al área socio económica, no me encuentro en la posición de establecer vínculos con las coordinaciones de cada área, lo cual aumentaría el costo y el tiempo de desarrollo de dicha investigación.

1 Características generales de la modernidad líquida: elementos constitutivos de las sociedad de consumo

Si se pretende comprender el punto de vista de Zygmunt Bauman, es necesario primero explicar la metáfora de lo que él llama “modernidad líquida” la cual, como su nombre lo indica, está expresada acorde a ciertas características de dicho elemento. Para el sociólogo polaco los fluidos poseen las siguientes características:

“se desplazan con facilidad, fluyen, se derraman, se desbordan, salpican, se vierten, se filtran, gotean, inundan, chorrean manan, exudan; a diferencia de los sólidos, no es posible detenerlos fácilmente-sortean algunos obstáculos, disuelven otros o se filtran a través de ellos, empapándolos. Emergen incólumes de sus encuentro con los sólidos; tras el encuentro, sufren un cambio: se humedecen o se empapan”(Bauman:2009:8)

En ese sentido, los fluidos no se fijan aún espacio o tiempo determinado puesto que su desplazamiento es constante, además de poseer la cualidad de poder tomar la forma de aquello que lo retiene en contraposición a lo sólido. Entonces, para Bauman las interacciones sociales poseen características similares, permitiéndoles adoptar la forma de diversos modelos institucionales en función de una localidad y temporalidad determinada.

Por lo tanto y parafraseando a Bauman (2009), el supuesto estado de solidez (proyecto moderno) se caracterizaba por su confiabilidad mediante la predicción y el control, aseguraba libertades al mismo tiempo que incorporaba problemáticas e intereses individuales al orden social (p.9). Sin embargo, este tipo de modelo moderno implicaba el ejercicio del poder, control y predicción sobre un lugar y tiempo específico, además de demandar grandes cantidades de recursos económicos y humanos para su funcionamiento no obstante, en la actualidad existen diversos factores y problemáticas de índole global que carecen de éstas dos cualidades (tiempo-espacio) por lo que, las instituciones gestadas bajo dicha ideología, se ven limitadas e incapaces de ejercer sus funciones de manera optima ante estos nuevos escenarios.

Al romperse los moldes previos a este proyecto que daban forma a la vida colectiva y ser remplazados por otros (óptimos o no), los individuos ahora tienen en sus manos la responsabilidad de encontrar un lugar en los nuevos y cambiantes ordenes sociales guiados por su imaginación y sus propios recursos bajo el riesgo de ser excluidos, en ese sentido “los individuos debían dedicarse a la tarea de usar su nueva libertad para encontrar el nicho apropiado y establecerse

en él, siguiendo fielmente las reglas y modalidades de conducta correctas y adecuadas a esa ubicación” (Bauman, 2004:12-13)

De esta forma, un estado moderno líquido se ve caracterizado por el desprendimiento de todas aquellas obligaciones innecesarias que interrumpen las libertades individuales en conjunto con la separación de todos los aspectos sociales vinculados a elementos éticos y culturales previos, es decir, aspectos de la vida social que en otrora se encontraban unidos de manera complementaria o se necesitaban para su mantenimiento, reproducción y legitimación, ahora se ven separados por una relativa autonomía, modificando las reglas o códigos de conducta aceptados en pro de la libertad, sin embargo, al encontrarnos en una realidad cada vez más maleable, los puntos de referencia que le otorgan sentido a dichas acciones se vuelven cada vez más escasos. Bauman (2004) explica que:

“[...] Eso no implica que nuestros contemporáneos solo estén guiados por su propia imaginación, ni que puedan decidir a voluntad cómo construir un modelo de vida, ni que ya no dependa de la sociedad para conseguir los materiales de construcción o planos autorizados. Pero sí implica que, en este momento, salimos de la época de los grupos de referencia, pre asignados para desplazarnos hacia una era de comparación universal en la que el destino de la labor de construcción individual está endémica e irremediamente indefinido, no dado de antemano y tiende a pasar por numerosos y profundos cambios antes de alcanzar su único final verdadero: el final de la vida del individuo.” (p.13)

Es así como los modelos de comportamiento, ya no se encuentran determinados por referencia a identidades colectivas tradicionales (al menos no totalmente) y resultan poco claros debido al número indeterminado de éstos, producto de la separación de los elementos sociales que daban forma a la vida cotidiana en antaño, estos modelos a menudo chocan entre sí generando contradicciones, además, ya no tienen como objetivo encarnar una política de vida encaminada al futuro debido a que, deben de reconfigurarse y remodelarse en función de los cambios de la vida cotidiana. En consecuencia, los elementos de la vida social se han vuelto maleables y cambiantes. De este modo, generar nuevos y constantes sentidos de acción es más factible que mantenerlos.

Para Bauman (2004) entonces, el proyecto de modernidad comienza cuando “el espacio y el tiempo se separan de la práctica vital y entre sí, y pueden ser teorizados como categorías de estrategia y acción mutuamente independientes, cuando dejan de ser aspectos entrelazados y apenas discernibles de la experiencia viva, unidos por una relación de correspondencia estable y aparentemente invulnerable.” (p.14) De esta manera, el espacio se interpreta como un aspecto sólido e inmutable, mientras el tiempo era apreciado como un elemento activo y móvil, sin embargo, ambos eran necesarios para el

mantenimiento de la forma de las relaciones sociales. Bauman ejemplifica esto con la explicación de uno de los modelos diseñados para encarnar el modelo del poder moderno-sólido, el concepto de *panóptico* de Michel Foucault.

En el *panóptico Foucaultiano*, los presos o internos se encuentran sometidos ante una vigilancia constante, impedidos a realizar cualquier movimiento no planificado, permaneciendo en todo momento en los lugares asignados sin saber en dónde se encontraban sus vigilantes, los cuales si poseían libertad de movimiento (signo de dominio). Este tipo de dominación, es ejercida a través del control de tiempo y del espacio en función de la negación al derecho a la movilidad por medio de la rutinización impuesta a los individuos en un espacio delimitado. Si bien es verdad que el *panóptico* se encuentra vinculado al análisis de los habientes en instituciones totales, podemos encontrar algunas similitudes en otros ambientes sociales como el laboral, un ejemplo de esto es el modo de producción *Fordista* el cual también instauraba rutinas dentro de las cadenas de producción sometidas a una constante supervisión.

Dicho modo de producción, buscaba el dominio de las experiencias vitales de todos los individuos que lo constituían. La fábrica *Fordista* separaba el aspecto intelectual del manual mediante un orden jerárquico-vertical el cual, clasificaba meticulosamente los procesos de planificación y ejecución, lo que al final se traducía en el diseño de procedimientos de obediencia y cumplimientos de órdenes, arraigando procesos de identidad leales a este modo de producción, fijando a los trabajadores a un espacio determinado (no solo laboral sino también de vivienda y posicionamiento social).

Sin embargo, estos modelos de predicción y control de las relaciones sociales de la modernidad *sólida* como lo indica Bauman (2004), son costosos y demandantes por el nivel de complejidad que necesitas para ejercer su dominio sobre el espacio a través del tiempo, lo que implica una enorme cantidad de tareas administrativas y al mismo tiempo “responsabilizarse del bienestar general del lugar, aunque sólo sea en nombre del propio interés...y la responsabilidad significa estar atado al lugar. Requiere presencia y confrontación, al menos bajo la forma de presiones y roces constantes.” (p.16)

Hoy en día, debido al avance tecnológico y a la velocidad tan asombrosa con la que se comparte información, el poder ha dejado de arraigarse a un espacio determinado, el movimiento y ejercicio de éste es casi instantáneo, es decir, el poder ahora es extraterritorial⁴. Es así como Bauman (2004) sostiene que aquel o aquellos que emiten ordenes, son libres de aquellos aspectos engorrosos del

⁴ Como muchos políticos mexicanos que ejercen algunas de sus funciones a través de las redes sociales.

panóptico, convirtiéndose en un efecto *pospanóptico* en donde lo más relevante de las relaciones de poder es “[...] que la gente que maneja el poder del que depende el destino de los socios menos volátiles de la relación puede ponerse en cualquier momento fuera de alcance y volverse absolutamente inaccesible” (p. 16).

Por otro lado, los conceptos tales como el de individuo o libertad también se ven configurados en función de la continua movilidad de la información sin ataduras o estorbos, dando rienda suelta a todo lo deseable. Sin embargo, Bauman (2004) advierte que sentirse libre en esta forma, implica alcanzar un equilibrio entre la imaginación, los deseos y la capacidad de actuar, en otras palabras “nos sentimos libres siempre y cuando nuestra imaginación no exceda nuestros verdaderos deseos y ni uno ni los otros sobrepasen nuestra capacidad de actuar” (p. 22)

De este modo, las intenciones y deseos de los individuos pueden ser adecuadas a sus capacidades de acción ya se de una manera razonable o no con alguna posibilidad de éxito según los fines buscados, sin embargo, Bauman (2004) explica que :

“Por el contrario, también puede suceder que a través de la manipulación directa de las intenciones, uno jamás llega a poner a prueba sus capacidades “objetivas” de actuar, y menos aun a averiguar cuáles son, colocando el nivel de las aspiraciones por debajo del de la libertad “objetiva””(p. 22)

Entonces, el concepto de libertar acorde al proyecto de modernidad sólida, se encontraba en función de parámetros de acción que los individuos interiorizaban de acuerdo a las colectividades tradicionales , evitando encontrarse en situaciones poco claras las cuales, generan miedo y ansiedad. No obstante, en la actualidad las colectividades han dejado de ser un punto claro de identidad debido a que, el individuo posee un mayor número de libertades en función de los parámetros institucionales y de las problemáticas globales, tales como los intereses del mercado (en términos generales) sin embargo, el segundo se beneficia de la ausencia del primero por lo que, el individuo se encuentra expuesto a situaciones y contexto de incertidumbre, generando escenarios más inestables, maleables e individualizantes. Es así como la individualización para Bauman (2004) deber ser entendida como un proceso que: “consiste en transformar la identidad humana de algo dado en una tarea, y en hacer responsables a los actores de la realización de esta tarea y de las consecuencias de su desempeño” (p. 37)

Por lo tanto, es responsabilidad de los actores definirse por sí mismos y encontrar un sitio dentro del entramado social, desarraigándose o desvinculándose de todo aquello que sea un lastre o retrase dicha tarea. Entonces, la libertad se termina interpretando como el deber a la auto afirmación y la capacidad de adquirir estrategias que eviten la exclusión de los individuos en situaciones cada vez más

inestables e inciertas, por lo que los fines se terminan superponiendo a los medios. De esta forma, los individuos buscan evadir la incertidumbre causada por la ausencia de ambientes estables buscando fines constantes sin evaluar los medios para lograr las metas deseadas, evaluando y decidiendo entre los riesgos potenciales (o supuestos).

Entonces, como resultado del debilitamiento institucional ante la influencia de problemáticas cada vez menos claras y por lo tanto difícil de definir y identificarlas, los parámetros entre lo correcto y lo incorrecto se ven poco claros por lo que el mundo cotidiano se vuelve un mundo de posibilidades en donde la amenaza de lo incierto asecha al individuo, el cual debe en palabras del sociólogo polaco (2004) “domesticar lo inesperado para convertirlo en entretenimiento.”(p. 68) como una forma de hacer frente a escenarios cada vez más maleables, inmersos en un mar de posibilidades y de incertidumbre⁵.

Es así como el mundo cotidiano se presenta con la promesa de estímulos constantes en donde poco es lo predeterminado, reproduciendo estos escenarios a través de la generación de posibilidades de culminación de ideales las cuales, deben de volverse infinitas a través de la creación de otras, lo que genera una sensación de libertad pero al mismo tiempo una sensación de incompletud y ansiedad. Los individuos al estar sumergidos en el mar de las posibilidades, deben de enfrentarse a la necesidad de desechar algunas opciones y dejar de explorar otras, por lo que el malestar más grande que puede existir ya no es el no tener los medios para satisfacer un fin, sino en tener excesos de posibilidades que puedan satisfacer sus deseos y necesidades.

Este modo de vida, destruye la posibilidad de estar satisfecho en su totalidad, por lo que los bienes y servicios se muestran ante nosotros como una solución temporal a nuestros problemas y angustias, de tal forma que, comprar se vuelve una actividad que se influencia todos los aspectos de nuestra vida cotidiana y que se puede llevar a cabo prácticamente en cualquier lado relacionado con cualquier tipo de bien o servicio en función de nuestra capacidad adquisitiva. De esta manera, las personas se ven constituidas como consumidores y cuyo margen de libertad se encuentra en función de la cantidad de posibilidades que permitan acceder a fines (in)determinados, al menos hasta que aparezcan otros. Estas

⁵ De esta forma los objetos de consumo masificado, los programas de televisión y de radio, el contenido multimedia de internet, las celebridades e inclusive los políticos, entre muchas otras figuras, se presentan ante nosotros como elementos en constante renovación, una solución casi milagrosa ante el aburrimiento o la falta de novedades.

características, han configurando a las sociedades occidentales modernas en lo que Bauman define como Sociedades de consumo.

1.2 Sociedades de consumo y sus tipos ideales

Para Bauman, la modernidad o la etapa sólida de la humanidad caracterizada por la creación de diversas instituciones con el fin de regular las relaciones sociales, se ve representada por las sociedades productoras, dichas sociedades configuraron diversos paradigmas socioculturales (especialmente en occidente) basados en la estabilidad, el control y la predicción en un tiempo y lugar determinado en prácticamente todos los aspectos de la vida cotidiana sin embargo, las instituciones que en otrora daban sentido a la vida social, se ven erosionadas ante las problemáticas y paradigmas globales carentes de territorialidad y temporalidad (igual que los fluidos), a este tipo de sociedades Bauman las denominará como sociedades de consumo.

En ese sentido, Bauman (2012) plantea que para el entendimiento de estas transformaciones, debemos observar estos fenómenos a través de lo que Weber denominaba tipos ideales, las cuales son:

“Abstracciones que intentan captar la singularidad de una configuración compuesta por ingredientes que no son para nada especiales o específicos, abstracciones que individualizan los patrones que definen esa configuración y los separan de la multitud de aspectos que comparte con otras configuraciones” (p. 45)

Sin embargo, advierte el autor que los tipos ideales no son descripciones de la realidad y deben de ser vistas como herramientas utilizables para analizarla. De este modo, el primer tipo ideal que nos presenta el sociólogo polaco es el de consumismo.

1.2.1 Consumismo

El consumismo, se diferencia del concepto de consumo el cual, constituye parte de los procesos de supervivencia biológica inherente a la vida humana, relacionado al consumo de alimentos y recursos naturales principalmente, por lo que, este concepto solo se remite a términos cuantitativos. De este modo, Bauman (2012) define el consumismo como:

“un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere neutrales respecto del sistema) en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación

del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de auto identificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales.” (p.47)

Entonces, el consumismo desplazó el principal valor que daba forma a las realidades sólidas o sociedades productoras, el trabajo. El trabajo, desempeñaba un elemento constitutivo en la formación de instituciones sociales, por lo tanto, también generaba identidades en los individuos en función de su ocupación, buscando al mismo tiempo seguridad, estabilidad y la generación de entramados sociales resistentes al tiempo (por ejemplo, prestaciones y derechos laborales). Sin embargo, en la medida en que la producción y el acto de consumir fueron separándose, teniendo relativa autonomía, ambas acciones fueron reguladas por un conjunto de instituciones mutuamente independientes, sobre poniendo el consumo ante el trabajo.

El Estado, basado en la regulación de las relaciones productivas-laborales y otras tantas que generaban estabilidad, se fueron modificando en función del crecimiento desmedido de los mercados, lo que ha propiciado una radical desregulación y privatización de los espacios donde antes el mercado no ejercía ningún tipo de influencia, esto también incluye los elementos constitutivos de la identidad, reconfigurando aquello que antes poseía un sentimiento de pertenencia colectiva en un individualismo exacerbado, afectando también conceptos como pobreza y criminalidad basados en el miedo y en la incertidumbre, incentivando el olvido progresivo del pasado en pro de la satisfacción inmediata de las necesidades o deseos expresada a través del acto de consumo. Bauman explica también, que estos cambios van acompañados de dos conceptos más que les otorgan sentidos al sujeto dentro de las sociedades de consumo: el *fetichismo de la subjetividad* y *tiempo puntillista*.

Del mismo modo, mientras la sociedad de productores se encontraba en un momento óptimo, Marx denunciaba que los economistas de su época, a través del *fetichismo de la mercancía*, “escondían, por acción u omisión, la interacción humana detrás del movimiento de mercancías” (Bauman, 2012: 27) sin embargo, en el mercado laboral, cada transacción comercial encarna una relación humana, lo que refuta dicho concepto, sin embargo, hay que tener en cuenta que el fetichismo de la mercancía como lo describe Bauman (2012) fue “el encargado de ocultar la esencia tan humana de la sociedad de productores, es ahora el turno del fetichismo de la subjetividad, que se ocupa de ocultar esta realidad transformada en mercancía tan característica de la sociedad de consumidores.” (p. 28)

Entonces, la subjetividad de la sociedad de consumidores se ve tornada en una especie de fetiche desde la perspectiva del sociólogo polaco (2012) “un producto

absolutamente humano elevado a la categoría de autoridad supra humana y de la cadena de acciones humanas que no sólo condujeron a su aparición, sino que fueron su condición sine qua non.” (p. 29). Es decir, que lo que permanece oculto son las relaciones de compra-venta detrás de la construcción de la subjetividad a partir del constante intercambio de identidades que el consumismo permite, de este modo, parte de la existencia humana se encuentra en función de las relaciones de compra y venta basadas en la creación de deseos y fantasías.⁶

De este modo, para Bauman (2012) la felicidad no se encuentra en función de la satisfacción de los deseos expresados por el confort o la acumulación de bienes o la adquisición de objetos perdurables, sino por el “aumento permanente del volumen y la intensidad de los deseos, lo que a su vez desencadena el reemplazo inmediato de los objetos pensados para satisfacerlos y de los que se espera satisfacción”(p. 50), generando así, un innumerable cantidad de productos creados para el desecho y la sustitución. Es así como, se ha creado un círculo sin fin en el que para cada nueva necesidad se crean nuevos productos y los productos nuevos, necesitan nuevos deseos y necesidades.

Los deseos, al ser maleables e inestables se vuelven insaciables, lo que genera un sentimiento de desear una satisfacción inmediata suprimiendo los elementos que constituyen el deseo inicial atando su destino a la sensación de estancia en un futuro cercano. entonces Bauman (2012) plantea que dentro de este entorno:

“resiste toda planificación, inversión y acumulación a largo plazo. De hecho, despoja a la postergación de la gratificación que provocaba su antigua carga de prudencia, circunspección ante todo buen juicio. La mayoría de los objetos valiosos pierden rápidamente su lustre y su atractivo y se hay procrastinación lo mas importante es que terminen en la basura incluso antes de haber producido alguna satisfacción.”
(p.51)

Entonces, tras cada transacción, se encuentra una relación entre productor y comprador sin embargo, no es de carácter objetivo basado en la satisfacción de las necesidades sino más en términos subjetivos, como en la constante generación de probabilidades u oportunidades de satisfacer deseos y anhelos a través de la producción de bienes y servicios acorde a cada uno de estos, sin embargo, esta probabilidad se configura y re configura constantemente por lo que, dicha probabilidad se ve trunca, entrando en un círculo vicioso, en donde también la necesidad de satisfacción inmediata transforma la concepción y entendimiento de otros conceptos relacionados a la capacidad de consumo de los individuos.

⁶ Muy similar a lo que Baudrillard planteó al hablar de consumo como la manipulación de los elementos constitutivos de las necesidades humanas.

1.2.2 Tiempo puntillista

Otra característica de este tipo de *consumisidad*, es ante todo una nueva concepción del tiempo, el deseo de satisfacer de manera inmediata nuestras necesidades o anhelos, nos permite olvidar rápidamente todo aquello que pueda significar un símbolo de perdurabilidad, viviendo en un constante ir y venir de sensaciones provenientes de dicha satisfacción futura. De este modo Bauman, utilizando la metáfora del *instante eterno* de Mafesoli, plantea otro tipo ideal, lo que él denomina tiempo puntillista. Bauman (2012) lo entiende como:

“[...] un tiempo que está más marcado por la profusión de rupturas y discontinuidades, por los intervalos que separan los sucesivos bloques y establecen vínculos.[...] El tiempo puntillista es más prominente por su inconsciente y su falta de cohesión que por sus elementos cohesivos y de continuidad [...] El tiempo puntillista está roto o más bien pulverizado, es una multitud de instantes eternos – eventos, incidentes, accidentes, aventuras, episodios- monadas cerradas sobre sí mismas, bocados diferentes y cada bocado reducido a un punto que se acerca cada vez más a su ideal geométrico de no dimensionalidad.” (p.52)

En ese sentido, podemos interpretarlo como un tiempo de rupturas y discontinuidades, fragmentado en un enorme cantidad de instantes eternos en sí mismos, aleatorio, configurado según las situaciones del presente, pero de un presente finito sin ningún tipo de consideración por lo durable. Cada momento se desvanece en el mismo instante en el que nace, en el que ha aparecido. De este modo, los individuos sólo viven en el aquí y en el ahora, es decir, viven en momentos de infinitas posibilidades no durables, cada uno pudiendo ser tan importante como el otro (por no conocer la posibilidad de su crecimiento), todos estos momentos a diferencia de los previos o los futuros, existirán bajo la sensación de que cada uno de estos puede ser el verdadero, el que le dé un sentido a nuestras vidas, viviendo de una forma acelerada eliminando o reemplazando las experiencias previas por promesas futuras, un tipo de vida *ahorista*, Bauman (2012) señala que “la vida *ahorista* tiende a ser una vida acelerada. La oportunidad que puede entrañar cada punto se irá junto con él a la tumba: cada oportunidad en particular no existe una segunda vez”. (p.56)⁷

⁷ Por ejemplo, al observar a una pareja de novios o amigos en un café, bar, plaza comercial o cualquier espacio colectivo en general, se puede ver como la atención de los individuos se encuentra dividida en incontables momentos seductores; hablan un poco con su acompañante, miran la tv más cercana, manda y reciben mensajes de texto por su teléfono o bien, ven y actualizan el contenido de sus cuentas en redes sociales, juegan, compran, venden, todo esto y más mientras se encuentran estableciendo relaciones o vínculos de manera intermitente.

Esta forma de interpretar el tiempo, no solo es acelerada, sino también va acompañada de un sentimiento de eliminación y sustitución de los momentos previos, es decir, comienza a configurarse un sentimiento de vivir eliminando, no de vivir acumulando, generando nuevos ideales de felicidad constituidos en función de la libertad de elección y al poder adquisitivo. De esta manera, la economía se va configurando en función de la irracionalidad del consumidor, apreciando valores que en las sociedades se aprueban y promueven. En ese sentido, Bauman (2007) señala que “la atracción de la vida de consumo es la oferta de una multitud de nuevos comienzos y resurrecciones [...] como oportunidades de volver a nacer” (p.73), estas constantes configuraciones y reconfiguraciones de nuestra identidad se muestra como el deseo constante de cambio (no de progreso o mejora). Esta forma de constitución identitaria, se encuentra en función de los objetos que el mercado provee, como cualquier cosmético, una eterna promesa de nuevos inicios.

De esta forma, “la promesa de satisfacer los deseos humanos en un grado que ninguna otra sociedad del pasado pudo o soñó hacerlo, la promesa de satisfacción solo conserva su poder de seducción siempre y cuando esos deseos permanezcan insatisfechos” (Bauman: 2012: 70). Los deseos, incrementan las sensaciones de inseguridad hasta convertir a los individuos y sus entornos en una fuente constante de miedo e incertidumbre que produce infelicidad (debe de existir excesos de promesas para neutralizar la frustración).

Este tipo de sociedades propicia que sus miembros se definan en función de su capacidad de consumo debido a que, el entorno en donde se desarrollan se ha sometido a evaluaciones y sanciones, inclusión y exclusión, esto genera o incentiva a una rápida respuesta por parte de los individuos en la elección de una forma de vida y con ello adaptar y desarrollar estrategias indispensables para permanecer en ella.

Entonces, el desarrollo individual va de la mano con el poder adquisitivo puesto que, consumir se puede traducir en un derecho de pertenencia a la sociedad⁸. En ese sentido, la sociedad consumista reproduce y legitima formas de vida en las que los individuos aceptan vivir por y para el consumo, acorde a esto, los individuos deben de convertirse en productos (la forma en que se presentan los

⁸ Parafraseando a Bauman, si los individuos no consumen puedes vivir en sociedad pero no formar parte de ella. En otras épocas, estudiar o trabajar (elementos generadores de estabilidad) eran elementos que garantizaban la permanencia de los individuos dentro de las dinámicas sociales (de aquí la clásica pregunta ¿estudias o trabajas?) hoy en día, el trabajar o estudiar no son medios que garanticen estabilidad sin embargo, son elementos que se han sometido ante la lógica de consumo como medios para obtener fines, es decir, si no consumes no eres un ente funcional, por lo tanto pobres y criminales son excluidos, por ser consumidores fallidos.

individuos ante la vida cotidiana). De este modo y dado que la personalidad y la identidad del sujeto se encuentra en función de las cualidades que el mercado demanda y ofrece , en una sociedad de consumidores:

“los individuos deben convertirse en una inversión, para ello deben adquirir un valor para sí mismos, aumentando su atractivo como productos disponibles para ser poseídos en ese turbulento mar llamado mercado. En ese tenor, el mercado va a establecer una regla de oro: la de incluir y excluir individuos en función de su viabilidad y rentabilidad como valores de cambio” (Posada, 2013: 121)

Las sociedades de consumidores se encuentran estructuras bajo esta idea de inclusión y exclusión, lo que genera que los individuos no sean diferenciados por sus profesiones ni por su género sino por su capacidad de consumo “en ese sentido, la sociedad de consumidores no reconoce diferencias de edad o género ni tolera (por contrario a los hechos que parezca) ni reconoce distinciones de clase (por descabellado que parezca)”(Bauman, 2012: 81) como si lo hacía en la pasada modernidad solida bajo la figura del trabajador y no del consumidor. Es así como, los individuos reconfiguran su sentido de pertenencia basado en el consumo, sobreponiendo la individualidad a la solidaridad, la incertidumbre a la seguridad, lo inmediato al compromiso. Entonces, para Bauman (2012) el propósito crucial del consumo en una sociedad de consumidores “no es satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en un producto, elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles” (p.83)⁹.

De esa forma, las sociedades de consumo no solo inflencias las relaciones sociales sino que también, modifican y reconstituyen conceptos que en otrora daban sentido a las sociedades productoras, es así como Bauman presenta otro tipo idea acorde a las características que definen a sus individuos, siendo la más importante la libertad dentro de la *cultura consumista*.

1.2.3 Cultura consumista

En ese sentido, la libertad que en otrora había sido un concepto filosófico y pilar fundamental en la constitución de las realidades modernas, ahora se encuentra en función de la capacidad de consumir y elegir diversos bienes y servicios en el menor tiempo posible, a mayor capacidad de consumo, mayor el grado de libertad. De esta manera, la velocidad de elección entre diversos bienes y servicios con el fin de satisfacer los deseos y fantasías en el menor tiempo posible deviene de una aparente conquista sobre el tiempo, por lo tanto los individuos son libres según se

⁹ Por ejemplo, cada vez es más cotidiano que los individuos que se postulan a un trabajo sean seleccionados no por sus capacidades sino por su origen social y la cantidad de dinero invertida en su educación en el menor tiempo posible al igual que su institución de egreso.

adaptan a una lógica de elección instantánea y olvido inmediato, teniendo en mente siempre la próxima elección.

La decisión sobre la adquisición de bienes o servicios que pueden satisfacer los deseos de los individuos de una forma rápida, se encuentra relacionada en función de la urgencia por satisfacer dichos deseos, por este motivo “ la cultura consumista sugiere vivir con intensidad, en el máximo uso de las potencialidades del momento, pues la fórmula es que se aprende rápido pero se olvida con la misma velocidad” (Posadas: 2013: 122). De esta forma, en sociedades como en México, diversos medios de comunicación, incentivan a los individuos a que vivan cada día como si fuera su último día en la vida, sin medir consecuencias y justificando cada hecho con el fin de satisfacer un deseo naciente que dará origen a otro y a otro, intentando permanecer dentro de los cánones aceptables e impidiendo ser excluido por estos.

Entonces, no es que el consumismo sea un actividad nueva, sino una actividad que se ha tornado (bajo la perspectiva de Bauman) la principal fuente de identidad en las sociedades modernas, es decir, esta actividad al separarse o poseer relativa autonomía con relación a la producción, la cual generaba la creación de instituciones que buscaban la regulación de las relaciones sociales a través del control, la predicción y la durabilidad, ahora, se ven erosionadas y expuestas a los intereses del mercado donde antes no existía. Los individuos comienzan a formarse dentro de un ambiente de inestabilidad, incertidumbre y fugacidad, fomentado y sostenido por los medios de satisfacción y creación de deseos y necesidades, incentivado a los individuos a la satisfacción inmediata de éstos en función de su capacidad adquisitiva, fomentando la constitución de identidades a través de los bienes y servicios que el mercado provee, convirtiendo al individuo en un producto. Este ambiente ha propiciado que la compra de bienes y servicios, sea vista como un gasto necesario para permanecer como un miembro funcional de la sociedad y no ser excluido por sus miembros, sin embargo, estos elementos no fueron concebidos para durar a través del tiempo, es decir, se encuentran en constante renovación, un ciclo infinito de diseño-adquisición (lo mismo sucede con las identidades).

Los individuos que se encuentran bajo este tipo de lógica se ven incentivados a una constante búsqueda de aquello que satisfaga sus deseos, otorgue estabilidad, genere una identidad perdurable y de sentido a sus vidas bajo la amenaza constante de ser excluido de múltiples dinámicas sociales. Es así como, el debilitamiento de todo aquello que daba forma a nuestra vida en antaño, ahora se ve expuesto y vulnerado ante las insaciables demandas de la lógica del mercado, reproduciéndose y transfiriendo esta lógica a las generaciones siguientes.

Hoy en día para muchos individuos, el teléfono inteligente es indispensable para la vida diaria, pero no es durable puesto que se encuentra en constante renovación (y por ende desecho), cada año surgen nuevos modelos que son objeto de deseo y los elementos significantes que constituyen este objeto modifican los deseos y necesidades de los individuos a ritmos cada vez más acelerados¹⁰. Es evidente que posee una gran utilidad para compartir información entre las personas, tal es el caso de su utilización como medio de acceso a redes sociales¹¹ en cualquier momento o bien, como medio de entrenamiento, además de poseer un valor estatuario finito y por ende no perdurable, constituyendo parte de los diversos sentimientos de inestabilidad e incertidumbre que configuran el entorno cotidiano.

Sin embargo, se necesita plantear también la manera en que los objetos se legitiman como objetos de consumo diferenciándose de otros de uso común a través de elementos; objetivos, subjetivos y simbólicos, los cuales constituyen el mundo cotidiano de los individuos, influenciando algunas de sus acciones. Dichos elementos, se ven reflejados en la forma en que los objetos se presentan al mundo, son reconocidos, usados e idealizados, generando necesidades en los individuos a través de lógicas de consumo, como lo explica Jean Baudrillard y que complementa la perspectiva de Bauman.

1.3 El concepto de consumo de Jean Baudrillard.

Para el sociólogo francés, en términos generales; el consumo es una actividad de manipulación sistemática de símbolos y signos la cual, propicia que el valor de uso de los objetos se vea opacado por su valor de cambio social (como signo). Esto es debido a que, los objetos al ser considerados como un signo, son producidos y presentados (exhibidos) con el fin de atestiguar un posicionamiento jerárquico hacia su poseedor. De esta manera, el valor del signo pasa a consolidarse en un posicionamiento preponderante sobre todas las otras significaciones sociales relacionadas a la adquisición de objetos. De esta forma, el consumo es más que

¹⁰ Como lo predijo George Moore (fundador de Intel). Él formuló una ley que lleva su mismo nombre (Ley Moore) la cual establece que los objetos tecnológicos tienen un tiempo de vida de 2 años (o incluso menos) en promedio debido a la innovación tecnológica en los medios de producción (Íñigo, Merino, 2015).

¹¹ La utilización de las redes sociales también son producto de esta lógica, la información que los usuarios vierten en ellas en un par de horas ya es obsoleta, promoviendo actualizaciones constantes en los perfiles de los usuarios llegando incluso, en algunos casos, a actualizar de manera constante, minuto a minuto, buscando a traer la atención de comentarios y reacciones por parte de los seguidores. La necesidad de vencer el tiempo en las redes sociales, propicia que los usuarios al ser objetos de consumo, coloquen contenidos que sean rentables y atractivos para el mercado virtual. De aquí la necesidad de subir fotografías, información detallada de la intimidad de los usuarios y la constante renovación de datos personales.

un simple acto de deseo o adquisición de un objeto o servicio. Entonces, para Baudrillard el consumo es definido como:

"El consumo no es ese modo pasivo de absorción y de apropiación que oponemos al modo activo de la producción para poner en equilibrio esquemas ingenuos de comportamiento (y de alienación) [...] es un modo activo de relación (no solo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo), un modo de actividad sistemática y de respuesta global en el cual se funda todo nuestro sistema cultural [...] El consumo no es ni una práctica material, ni una fenomenología de la abundancia, no se define ni por el alimento que se digiere, ni por la ropa que se viste ni por el automóvil de que uno se vale, ni por la sustancia oral y visual de las imágenes y de los mensajes, sino por la organización de todo esto en sustancia significativa; es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente. En cuanto que tiene un sentido, el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos."(Baudrillard,1969: 223-224)

Los objetos al ser fabricados y presentados como un elemento significativo, ocasiona que el valor social de cambio se vuelve modificable e identificable en término socio-culturales a través de la estructuración sistemática de un código de lenguaje reconocible entre los diversos grupos sociales, es decir, el valor del objeto-signo depende del reconocimiento de los valores significantes de dicho objeto por los individuos, sin embargo, las capacidades interpretativas del valor del signo no se encuentran constituidas por la forma en que se fabrican y presentan los objetos-signo, de este modo, no todos los objetos pueden ser objetos de consumo.

La lógica de consumo es una lógica de signos y de diferenciaciones la cual, se nutre de otros elementos lógicos para la exhibición de los objetos y servicios de consumo, es decir, ocupa diversos elementos discursivos para la justificación de la existencia del objeto, Baudrillard plantea que estos elementos lógicos son los siguientes (Baudrillard, 2011: 56-57):

- Lógica funcional del valor de uso o de utilidad (herramienta)
- Lógica económica de valor de cambio o del mercado (mercancía)
- Lógica del cambio simbólico o del don
- Lógica de valor de signo o de estatus.

La primera es una lógica relacionada a operaciones prácticas, la segunda es una lógica de equivalencia, la tercera es una lógica ambivalente (que posee significados o sentimientos contrapuestos) y la cuarta es una lógica diferencial. Para la lógica del consumo, es necesario resaltar a los objetos a través de estos

cuatro niveles discursivos pero teniendo como eje rector el último grado (como signo)¹².

De este modo, el consumo al ser una producción constante de signos, deja ver que esta forma de producción no fue constituida para satisfacer las necesidades (entonces, no habría necesidad de renovar determinados objetos cada año a pesar de que se encuentren en condiciones utilizables) ni tampoco para generar abundancia (de otra forma, los stocks de producción estarían saturados), esto es debido a que, la principal motivación de este sistema productivo es el idealismo total, cuyo efecto es el incentivar la descontextualización de los entornos inmediatos de los individuos en pro de la adquisición y utilización de objetos o servicios/signo.

Los objetos producidos y exhibidos bajo esta lógica, son simuladores de sí mismos, quebrantan la relación que existe con sus funciones invirtiendo de esta manera la relación existente entre el objeto y el mensaje, en otras palabras, el mensaje no habla del objeto y el objeto no hace referencia al mensaje. Esto queda plasmado en un signo diferenciador que forma parte de la constitución del objeto; la marca. La marca entonces, no marca al producto pero, si al consumidor de dichos bienes o servicios como miembro del grupo de consumidores de una marca en específico¹³.

Es así como, la economía se puede interpretar como un sistema de signos y al mismo tiempo en un sistema de poder y control, ya que es el mercado el que determina las significaciones de los objetos, creando y orientando las necesidades de los individuos. Esto es resultado de la solución a los diversos problemas de producción que en otrora no podían haber sido resueltas sin el nivel tecnológico actual. El objetivo del sistema de producción imperante, ya no es la producción de bienes o servicios, sino la de consumidores, hoy en día, el sistema de producción

¹² Baudrillard menciona que un ejemplo de esto es la comparación entre el anillo de compromiso y la simple sortija, dicho objeto como símbolo, expresa la relación matrimonial entre dos personas, por lo tanto es un objeto único, no es sustituible ni se pueden portar diversos, mientras que la sortija común es totalmente lo opuesto, entra en un juego de accesorio constituido por la moda y justificado bajo diversos elementos discursivos, ya sea como una herramienta o una mercancía, en pocas palabras, es un objeto de consumo. Sin embargo, a pesar de que la sortija es un símbolo de compromiso, se ve afectado ante la lógica consumista, ya que en algunos lugares de Estados Unidos, se incentiva a las personas a que renueven anualmente dicho objeto, justificando la modificación de un símbolo trascendental a uno irrelevante.

¹³ Cada día es más común ver a consumidores llevar en sus objetos personales logotipos de las marcas de los objetos que consumen, ejemplo de esto es la marca APPLE, usualmente los consumidores de esta marca llevan en sus autos una calcomanía del logotipo de dicha empresa, dichas calcomanías son adquiridas en la compra de cualquier Ipod, Iphone ,Ipad o computadoras personales. Otro ejemplo es la marca de ropa PULL & BEAR, la ropa de dicha marca usualmente muestra su logotipo en lugares sumamente visibles como parte de su diseño, ejemplo de esto, son las playeras, dichas prendas tienen estampadas el logo de la empresa de una forma muy llamativa ocupando gran espacio de la misma.

consumista, no solo produce sus objetos-signos sino también produce sus propios consumidores, en otras palabras produce la demanda misma.

Para mantener un flujo constante de consumidores activos, el mercado se encarga de modificar el concepto de necesidad. Este concepto se constituye a través del reconocimiento de un mínimo vital indispensable, de esta forma, las necesidades se plantean en dos rubros generalmente: necesidades primarias (las que se consideran esenciales) y secundarias (necesidades socio-culturales). Las primeras son constituidas en términos racionales, las segundas son subjetivas.

Sin embargo, este mínimo vital no existe ya que, este concepto es determinado por la urgencia fundamental de generar un excedente que lleve al individuo a una posición más confortable, dicha búsqueda determina el nivel de supervivencia (por mínimo que sea) y no a la inversa. En ese sentido, Baudrillard (2011) planteó que no han existido sociedades de penuria ni de abundancia ya que, el gasto de una sociedad de una sociedad se articula en función de un recurso o recursos excedentes al igual que de un déficit estructural, de esta manera, una demasía enorme puede existir con la mayor miseria¹⁴, "Existe una correlación estrecha entre el subdesarrollo, las demasías de las clases pobres y el desarrollo tentacular de lo religioso, de lo militar, del personal doméstico, del sector dispendioso e inútil."(p.78)

De este modo, el mínimo de supervivencia es determinado por los estándares económicos más elevados, lo que ocasiona que los individuos que reúsen o tarden en adaptarse a estos estándares, vean obstaculizadas sus interacciones con sus entornos inmediatos¹⁵.

Las necesidades ya no se ven estructuradas como una fuerza innata y espontánea, sino como una función inducida en los individuos por el sistema de producción preponderante. Esta manipulación de las necesidades se ve presentada como una fuerza productiva requerida para el funcionamiento de dicho sistema, o en palabras del propio Baudrillard (2011) "no hay necesidades sino porque el sistema las necesita [...]" (p.80).

La forma en que se orientan y se crean las necesidades, se presentan bajo la bandera de la libertad de elegir pero también, se presentan como una forma de

¹⁴ Esto puede explicar que, aun existiendo carencias económicas, los jóvenes pueden poseer un teléfono inteligente.

¹⁵ A título personal, puedo decir que el no tener un dispositivo inteligente que permita un contacto constante con la información que hay en internet y con las redes sociales, me generó conflictos con mis amigos y familiares, a tal grado de declarar " es un problema que no estés en contacto por las redes sociales" o "no tener un teléfono inteligente con aplicaciones de mensajería es una mala decisión, compra uno!"

emanciparse (al menos de manera ilusoria) de las fuerzas productivas¹⁶. Sin embargo, el consumo se ve configurado como parte de dichas fuerzas productivas, por eso, el consumo se es más un emblema o un signo de provecho, exaltándolo no como un gasto (en ocasiones irracional e inútil) sino como una inversión.

Poco a poco, el trabajo se ha modificado por la influencia de esta lógica, las fuerzas laborales se están constituyendo en una fuerza de trabajo homogénea en función de los medios de producción, con el fin de multiplicar los mismo factores homogéneos hacia una producción en crecimiento constante, al mismo tiempo, los deseos se abstraen de las necesidades para hacerlos semejantes a los medios de satisfacción y multiplicar la capacidad de lo que Baudrillard (2011) denomina *consumisidad* "un cálculo indefinido de crecimiento fundado sobre la abstracción de las necesidades." un valor paralelo a la productividad(p.80).

De esta manera, existen diversas categorías de trabajadores así como de consumidores, éstos se van constituyendo en función de la manipulación de los medios de producción y de las necesidades.

Entonces, la única posibilidad que poseen los individuos modernos de ver satisfechas sus necesidades socio-culturales es en el entendimiento de que dichas necesidades son solicitadas por el mismo sistema de productividad, o en palabras de Baudrillard (2011) (un tanto crueles pero congruentes) "La única certidumbre que tiene el esclavo de comer es que el sistema necesita esclavos para trabajar.(p.82)"

1.4 El sistema de los objeto: La liberación del objeto moderno a través del multifuncionalismo

Por otra parte, Baudrillard plantea que para poder analizar en su totalidad la lógica del consumo, es necesario entender la forma en que los objetos interactúan con los individuos, de este modo, el mundo del ser humano se constituye no solo por las relaciones existentes entre los individuos y las estructuras institucionales sino también, por las relaciones existentes entre los objetos que conforman los espacios en los que estos habitan y se desenvuelven, cada relación con dichos objetos se encuentra supeditada a cánones de comportamiento o de uso,

¹⁶ Es cada vez más común encontrarse con la idea tanto en la publicidad como en los discursos gubernamentales que, para poder realizarse como individuos es necesario volverse "emprendedores" o "líderes" para tener la capacidad de consumir los bienes y servicios deseados que les otorgue seguridad y confort.

vinculados a las formas y sentidos que se le adjudican a dichos objetos en función del intercambio de símbolos y signos manipulados por los intereses del mercado.

Para el sociólogo francés, hay una diferencia entre los objetos construidos antes y después a los procesos de industrialización relacionados a los medios de producción, por una parte, vemos que los objetos anteriores a dichos procesos eran construidos en función de una necesidad específica, acorde también a determinadas partes de nuestro cuerpo, las cuales, al utilizar dichos objetos, desarrollan en conjunto gestos característicos de su utilización, además, en algunos casos, la utilización de dichos objetos conllevaba a un *saber* o modo correcto de utilizarlo, es decir, implicaba un conocimiento adquirido en función del contexto socio-cultural del individuo para su correcta utilización y apreciación (tanto cultural como económica).

Sin embargo, los objetos moderno son fabricados en serie y desarrollan múltiples funciones, se ven reducidos a su dimensión estrictamente instrumental, separándose de la añoranza por los objetos antiguos y de los rituales implícitos en su utilización, por ende, también se desligan de todo tipo de ideología anterior a su nueva faceta, carentes de simbolismo pero ricos en significaciones.

Hoy en día, los objetos se presentan claramente para lo que están hechos, son objetos de función y de significado, en otras palabras, son objeto que solo funcionan y en esos términos "mientras el objeto no está liberado más que en su función, el hombre, recíprocamente, no está liberado más que como utilizador de este objeto.(Baudrillard J. 2012: 17)"

Esto se debe a que los objetos se presentan como objetos desestructurados pero no reestructurados (son partes que no pertenecen a un todo en su conjunto), sin embargo, hay un desarrollo de cualidades por parte de estos, los objetos pueden volverse más ligeros o más compactos aunque, los vínculos existentes a través de los objetos se ven modificados o desvinculados. Esto otorga una sensación de movilidad debido a la aparente libertad organizacional que presentan la cual, es reflejo de una mayor disponibilidad a diversas relaciones sociales. En esos términos, debemos de entender que esto no es una libertad como tal del objeto sino, la liberación de la función del objeto y no del objeto mismo.¹⁷

Acorde a lo anterior, podemos apreciar que las relaciones existentes entre los individuos y los objetos son más complejas que una explicación pragmática, es por eso que Baudrillard propone analizar dichas relaciones a través de un sistemas el

¹⁷ Ejemplo de esto son los teléfonos inteligentes, dichos objetos poseen funciones que se separan totalmente del objeto mismo es decir, ya no dependen de realizar llamadas o recibir mensajes para ser considerados un teléfono además, difícilmente pueden constituir o configurar un conjunto con otros objetos que no compartan las múltiples funciones de dicho objeto.

cual, está conformado por tres grupos de elementos que constituyen dichas relaciones ya sea en términos; racionales, subjetivos e ideológicos.

1.4.1 Elementos racionales del objeto: colocación, ambiente, gestos y formas

La parte racional, expresa cualidades que se le adjudican a un objeto y que son reconocibles por diversos grupos sociales acorde a juicios y prejuicios morales y culturales¹⁸, esto es debido a que los objetos configuran las funciones de los espacios en los que se encuentran, generando un ambiente culturalmente reconocible. Acorde a lo anterior, y parafraseando a Baudrillard (2012), una de las características que posee la cultura es; el sublimar las tensiones ligadas a las pasiones y al reconocimiento del ser de una única forma, esto es característico de las sociedades técnicas, es decir, es una forma sistematizada de vida y de entendimiento, este tipo de lógica determina las características simbólicas de un espacio en configuración con los objetos que se encuentren en dichos lugares justificando su existencia en términos racionales, a esto es a lo que Baudrillard determina como Ambiente (p.51).

De esta manera, los objetos al encontrarse en combinaciones determinadas dentro de un espacio, delimitan las funciones y conceptos que se desempeñen dentro de dichos lugares sin embargo, el posicionamiento de los objetos en un espacio no solo influye en la configuración del ambiente en el que se encuentran sino también, los colores, formas y materiales de los cuales está hecho. Poco a poco se puede observar que el cálculo de un ambiente deseado no solo se basa en términos de objetos, sino en términos valorativos tales como; tonos, combinaciones, variaciones etc. Entonces, la construcción de un ambiente deseado reacciona no ante las necesidades espaciales sino, ante las necesidades morales y culturales.

Aunado a esto, también tenemos que considerar que el diseño de los objetos modernos se encuentran influenciados por la lógica del menor esfuerzo, producto del nivel de tecnificación que envuelve la producción de dichos objetos, sin embargo, al facilitar algunas labores cotidianas, hace más complicado el entendimiento del funcionamiento de éste para aquellas personas que no dominen un lenguaje técnico relativo a la construcción de dichos objetos, por ende, el

¹⁸ Ejemplo de esto puede ser la comparación de un juguete sexual con cualquier otro objeto, el primero a pesar de ser un objeto, puede incomodar a determinados tipos de personas por la carga simbólica del individuo que se ve proyectado hacia el objeto.

entendimiento del funcionamiento de estos objetos se ve opacado tanto por la tecnificación del mismo como por la relativa facilidad con la que realizan las funciones que se les asignan. Es así como la apreciación de los objetos se ve influenciada no por la forma en que se producen (como las artesanías u obras de arte) sino por las funciones que desempeñan, llevándolos incluso a la mitificación de estos.¹⁹

De esta manera, los objetos modernos al encontrarse separados entre la forma en que se producen y la forma en que se utilizan, pueden desempeñar y justificar su existencia a través del desempeño de múltiples funciones, sin embargo, este tipo de razonamiento incentiva a buscar una aplicación acorde a cada tipo de problema, es decir, cada problema cotidiano puede ser resuelto con el uso de un objeto en particular o de alguna función o funciones provenientes de un aparato en específico²⁰. Sin embargo, por muy útil que esto puede parecer este tipo de discurso, Baudrillard (2012) detecta (a modo de advertencia) otro tipo de efectos derivados de estos pensamientos: "Frente al objeto funcional, el hombre se vuelve disfuncional, irracional y subjetivo, una forma vacía y abierta entonces a los mitos de la multifuncionalidad.(p.63)"

El vivir acorde a esta ideología multifuncional, es vivir dentro de una sensación constante de ausencia de límites, este tipo de mentalidad promueve el uso de diversas aplicaciones o medios para el cumplimiento de cualquier obligación o necesidad inmediata sin importar la relevancia de ésta²¹.

Entonces, los objetos poseen características simbólicas que pueden ser reconocidas y expresadas a través de juicios y prejuicios en función del contexto socio-cultural en el que se encuentran. Esta carga simbólica reconocible y expresada a través de las características particulares (colores, materiales, formas etc.), permite que los objetos puedan configurar el ambiente de un espacio, sin embargo, el objeto moderno al ser producido en serie y dejando oculta la forma de su producción, se presenta como un objeto únicamente de función o funciones, esta separación no solo ha generado cambios en los espacio sino también en las

¹⁹ En muchos casos aun de manera risible y humorística, los individuos pueden pensar que los objetos modernos funcionan por arte de magia o porque algún ser o seres diminutos activan los mecanismos correctos para el funcionamiento de dichos objetos.

²⁰ Cada vez es más frecuente que los jóvenes descarguen diversos tipos de aplicaciones para su teléfono inteligente que generen una resolución a alguna problemática por muy superflua que pueda parecer, como poder modificar fotografías, recibir mensajes instantáneos personalizados, reproductores de música entre otras cosas. Antes se solía decir que los individuos podía traer su vida en su cartera o su bolso, ahora se puede decir lo mismo del teléfono inteligente.

²¹ Por mencionar un ejemplo, es muy frecuente que algunas personas no puedan realizar algunos cálculos sin el acceso a la calculadora implementada en los teléfonos inteligentes.

relaciones sociales, producto de una ausencia de significados y límites poco claros, perdiendo a sí, un vínculo simbólico y volviéndose un signo difícil de definir.

1.4.2 Elementos subjetivos: historicidad, autenticidad y colección

Por otro lado, la lógica subjetiva de este sistema Baudrillard la identifica y explica a través del análisis del objeto antiguo. Los objetos antiguos en contraposición a los modernos, mantienen su valor no por su funcionalidad sino por el significado que estos poseen, basado en la representación del tiempo mismo, esto implica hablar de tiempo de vida por parte del usuario o dueño del objeto.

Los objetos funcionales solo existen en el tiempo actual, mientras que el objeto antiguo es consumado por su autenticidad. En ese sentido, todo lo auténtico es aquello cuyo proceso de creación es irreversible. Es decir, todo objeto antiguo puede ser considerado bello por la evasión que presentan ante la cotidianidad. Debido a la supervivencia que muestran el objeto en cuestión al paso del tiempo, también se considera un objeto único y su posesión es un dominio sobre una parte de la historia, por ende, otorga un cierto grado de prestigio a su poseedor, de este modo, dicho objeto adquiere un valor económico e intercambiable.

En ese sentido, los objetos cumplen dos funciones elementales: ser utilizados o ser poseídos. La primera tiene un valor social y la segunda cobra un estatus subjetivo ya que es "poseído" o se vuelve un bien "privado" cuando no es referido a este a través de sus funciones, es decir; se le introduce un valor que aprecia el poseedor de manera inicial pero que, dicho valor puede ser enseñado y aprendido por otros sujetos, mientras que los objetos utilizables, son desechables en el momento que dejan de ejercer su función de manera eficiente.

Múltiples objetos de carácter subjetivo pueden aludir al sujeto que les otorga dicho valor, al mismo tiempo, dichos objetos pueden ser ordenados por éste, convirtiéndolos en una colección (por ende, de manera racional), dicha colección al poseer un orden se convierte en un discurso y cuando el sentido de dicho discurso (como el discurso mismo) es compartido y asimilado por otros, esta colección se convierte en un modelo que puede inspirar otras colecciones, es decir, puede inspirar e influir en otros órdenes discursivos (un museo, por ejemplo).

Dado que los objetos en serie son una proyección del tiempo de vida de uno o varios individuos y de los valores subjetivos que este les otorga, estos al ser catalogados y reconocidos como únicos dentro de un orden, dichos valores

pueden ser compartidos, en ese sentido, no sólo comparten la apreciación de dichos valores estéticos, sino también comparten la perspectiva y modo de apreciación del individuo sobre dicha colección.

Aparte de los simbolismo observables en términos socio-culturales, los objetos pueden poseer interpretaciones personales que solo son reconocibles en términos individuales, es decir, hay una apreciación por el objeto; alguna característica que lo hace bello para él, sin embargo, cuando el individuo estructura esas características junto con otros objetos de características compatibles al objeto inicial, estos pueden configurar un discurso que puede ser compartido con otros individuos o discursos, de esta manera, se puede reestructurar la parte racional del sistema.

1.4.3 Elementos ideológicos: el ideal de automatismo y la publicidad

La parte ideológica de este sistema la cual, se fundamenta sobre un discurso que proyecta características o valores deseables para un objeto determinado ajenos a su contexto y funcionalidad, es expresada a través de la publicidad y fundamentada por el ideal del automatismo.

Este concepto es planteado como un triunfo de la mecánica-técnica sobre los objetos tradicionales desde la primera revolución industrial en occidente, por lo que es observado como un icono de prosperidad. De este modo, la perfección de una máquina u objeto es comparado con el nivel de automatismo que presenta, es decir, el nivel de funcionalidad que poseen los objetos ajenos al manejo directo del hombre sobre éstos.

Sin embargo, llevar un objeto a un nivel de automatismo reconocible, implica estereotiparlo en una función (generalmente) o funciones pero, al mismo tiempo (ya sea intencional o no) se fragiliza, se estanca en términos tecnológicos, no son susceptibles a renovaciones.²²

Por otro lado, el pensamiento tecnológico moderno nos explica que el nivel de tecnificación no está en función del automatismo, sino de sus capacidades indefinibles. De esta forma para Baudrillard (2012) "El pensamiento tecnológico actual entiende a la funcionalidad no como un aumento de automatismo, sino a un

²² En el caso de los teléfonos inteligentes, esto es aplicable, cada vez es más común encontrarse tecnología más sofisticada y que funciona prácticamente sin tener contacto con el usuario, sin embargo, dicha tecnología es tan delicada que se puede atrofiarse con relativa facilidad.

determinado margen de indeterminación que permite a la máquina ser sensible a una información exterior.”(p.127)

Ejemplo de lo anterior es el diseño del objeto automatizado, al no estar sometido a la proyección de nuestro cuerpo en su diseño y funcionalidad, logra un cierto grado de independencia entre el objeto y el hombre cuando en antaño no existía. Anteriormente y con más frecuencia, los objetos eran construidos y diseñados acorde a determinadas extremidades de nuestro cuerpo, ahora, dichos objeto (en algunos casos) carecen de características ergonómicas (como algunos celulares que hacen función de una tableta y que son más grandes que una mano común) en ese sentido, entonces ¿qué es lo que se ve proyectado en estos objetos de nosotros? ¿en qué parte de nuestro ser se basan para su diseño y fabricación? Es así como Baudrillard (2012) señala que lo que el hombre proyecta en estos objetos no es otra cosa que la "autonomía de la conciencia, su poder y su individualidad propia, en pocas palabras su idea de persona(p.128)."

Aunque, debido a esta búsqueda por el automatismo y la innovación exacerbada, se han desarrollado demasiadas funciones accesorias, en las que los objetos no obedecen más que a la necesidad de funcionar, acorde a eso, pareciese que la ideología imperante dentro de este nivel discursivo es que para toda operación debe de existir un objeto posible, si no existiese se inventa. Debido a esta lógica, vemos que cada vez hay más objetos y menos términos para designarlos o nombrarlos, en ese sentido, hay menos conceptos que los definan.²³

Estos elementos son difundidos y expresados a través de la publicidad sin embargo, la publicidad no es un elementos que forme parte de ellos debido a su enorme desproporción con las funciones que realizan. La publicidad entonces, constituye un conjunto de elementos inútiles con relación a la producción y manufacturación de los objetos, sin embargo, su relación es más profunda ya que se convierte en un objeto de consumo por sí misma, como un objeto de consumo cultural.

La función primordial y objetiva de la publicidad es hablar e informar sobre las características de un producto determinado con el fin de mejorar sus ventas, por

²³ Cada generación de tecnología smarth, es definida (generalmente y se diferencia de sus antecesores por un número (iphone iv-v-vi etc.) o especifican de que generación tecnológica provienen. También hay que mencionar lo dicho en el párrafo anterior, uno de los objetos que mejor refleja la autonomía de la conciencia es el teléfono inteligente, ya que es personalizable aun siendo un objeto de características genéricas sin embargo, dichas características se encuentran en función de la capacidad del teléfono, es decir, la aparente personalización y proyección de la conciencia se encuentra determinada por los fabricantes y la marca de dicho aparato, en otras palabras, son estas últimas las que determinan en qué medida se puede manifestar la autonomía de la conciencia del ser humano, manipulando los símbolos y signos de constituyen la identidad de los individuos a través del uso de estos aparatos.

otro lado, la publicidad se ha vuelto cada vez más intrusiva y reiterativa con un mensaje imperativo constante; ha pasado de informar a persuadir, sin embargo, dicha persuasión al ser constante también ha generado resistencia a ésta. Es por esto que la publicidad contemporánea no busca alienarnos, busca seducirnos por la forma en que se ocupa de nosotros como consumidores. El consumidor no juzga al producto por su valor intrínseco, sino por el trato que puede percibir por parte de las marcas y empresas a través del discurso que exponen, de este modo, la publicidad juega en términos discursivos, con elementos satisfactorios (o de frustración) y elementos de culpabilidad (o de glorificación).

Cada elemento publicitario intenta monopolizar o reducir los significados de los conceptos que los constituyen o que se encuentren vinculados a ellos. Dichos signos publicitarios en términos de Baudrillard (2012) "debe de ser legibles, pobres y expeditos, como si el discurso principal estuviese subtulado remitiendo a otras imágenes (p.201)" Al reducir el lenguaje y los conceptos (descontextualización de estos) solo deja abierto un lenguaje; el de la fantasía y el deseo pero, estos son regulados y satisfecho en función de los recursos que el consumidor posea, en esos términos, todas las perversiones se ven supeditadas en dichas lógicas publicitaria y por ende a una lógica de consumo.

La lógica publicitaria del deseo se encuentra basada y fundamentada en la evocación de la presencia-ausencia de colectivos globales. Dichas colectividades encuentran su existencia en todo espacio publicitario, buscan ser expuestas como la opinión publicitaria universal con el fin de persuadir a los consumidores bajo la lógica de las mayorías, en ese sentido, la publicidad sistematiza el deseo influenciando a los individuos a través de los colectivos imaginarios.

Esta lógica capta una necesidad real pero no la orienta hacia una colectividad real sino hacia un fantasma colectivo. Induce a los consumidores a comprar en nombre de dicha totalidad, de este modo, la nostalgia por los grupos o pertenencia a estos, fomenta la rivalidad individual entre los consumidores por sentirse pertenecientes a dichos grupos.

Sin embargo, la satisfacción de esas necesidades a si como de dicha rivalidad es ilusoria puesto que los consumidores se identifican con una colectividad vaga, interiorizando también los modos de comportamiento que éstas muestran o difunden generando también sanciones o gratificaciones. Si bien, es relativamente fácil evadir o eludir el imperativo de una marca ("compra ahora") resulta más difícil eludir el de las multitudes siempre vibrantes y cambiantes.

Otro elemento a tener en cuenta es la forma en que se transmite dichos mensajes publicitarios, el lenguaje de la publicidad es el más pobre ya que, se encuentra

cargado de significados pero no de sentidos, es un lenguaje constituido principalmente por señales. De esta manera, el discurso publicitario evoca un deseo generalizado y lo expresa en términos vagos. Es por esto que Baudrillard (2012) plantea que "el sistema objeto-publicidad es pues, menos un lenguaje, del que no tiene la sintaxis viviente, que un sistema de significados. Tiene la pobreza y la eficacia de un código. No estructura la personalidad: la desina y clasifica. No estructura la relación social: la descompone en un repertorio jerárquico." (p.219)

Entonces, la parte ideológica de este sistema, busca bajo el ideal de la automatización, plasmar valores o mensajes deseados para el objeto pero sin formar parte de éste puesto que, el mensaje que transmite es ajeno a la producción de los objetos. Los mensajes difundidos y promovidos por esta ideología se ven plasmados en la publicidad de los mismos objetos, la cual tiene como características en primer lugar, un lenguaje cargado de significados pero no de sentidos, es decir, en muchos casos emplean elementos reconocibles pero en con contexto totalmente absurdo. Por otro lado, se busca inhibir cualquier tipo de represión cultural a través de imperativos y mensajes breves expresados en función de colectividades virtuales, la publicidad capta un deseo o una necesidad por parte de los consumidores y la canaliza a este tipo de lenguaje. De esta forma, la satisfacción de todo deseo se ve frustrado al encontrarse en un idealismo total, modificando y manipulando los símbolos y signos de los individuos.

En estos términos, el pensamiento de Baudrillard queda plasmado en su análisis del consumo y la interacción que existe entre los individuos y los objetos que poseen y consumen. Siendo el consumo una manipulación sistemática de símbolos y signos la cual, modifica las necesidades de los individuos en función de los intereses del mercado y de los estándares predominante de producción.

Bajo esta perspectiva, la relación existente entre los objetos y los individuos se ve constantemente modificada y reestructurada mediante un sistema signifiante expresado entre partes; racional, subjetivo e ideológico. La primera se encuentra vinculada a las características significantes de los objetos acorde a un contexto socio-cultural determinado y por ende, reconocible entre los individuos que lo comparten, el segundo es de carácter individual y subjetivo el cual puede ser configurado como un discurso signifiante que puede ser comportadito con otros individuos. La última habla del objeto sin formar parte de su producción busca expresar ideas o conceptos ajenos al funcionamiento del objeto como mensaje principal.

De este modo, el intercambio de símbolos y signos que se da mediante la interacción que existe entre los individuos y los objetos se ve influenciada y modificada constantemente por la lógica del consumo, expresada a través del

sistema de objetos propuesto por Baudrillard. Entonces, los individuos consumen no solo objetos sino los símbolos y significados que estos detentan, orientando sus conductas hacia los objetos y expresándolas en su entorno cotidiano.

Por último, la propuesta de análisis de Pineda, Edgar y Pineda Adryan, sobre los objetos cotidianos inspirados en la teoría de Baudrillard, la cual permite ver a los objetos como *objetos de uso* u *objetos significantes*, nos permite indagar aún más en la manera en que este objeto (el teléfono inteligente) configura nuestros entornos diarios. Esta propuesta intenta ser una herramienta que permita ayudar a la comprensión de la experiencia cotidiana a través del análisis del entorno que configuran los objetos. Para esto, los autores abrevan de teóricos tales como: Pierre Bourdieu, Michel Foucault, Martín Heidegger, Carl Marx, entre otros.

1.5 El objeto de uso y su relación con el consumo

Los objetos son representantes de las transformaciones culturales de una sociedad, reflejando en ellos (los objetos) prácticas; costumbres, gustos y usos. Sin embargo, el individuo al encontrarse rodeado por diversos objetos de manera cotidiana, difícilmente nota la forma en que estos influyen nuestras acciones, es más, en ocasiones, difícilmente nos percatamos de su presencia.

En ese sentido, al hablar de una cultura material de una sociedad, tendremos que entender que dicho concepto contempla las formas y saberes así como la interiorización de dichas prácticas que legitima y determinan el uso cotidiano de un objeto así como sus materiales que lo constituyen, de esta manera, se puede observar que no todos los objetos son iguales y que podemos englobarlos de manera genérica en tres categorías (Pineda Cruz y Pineda Repizzo, 2009: 71):

- Objeto artístico
- Objeto técnico
- Objeto de uso

Cada una de estas categorías poseen una característica fundamental para el mundo cotidiano; el primero, posee elementos creativos contemplativos, el segundo, permite actividades transformadoras-productivas y el tercero, posee elementos cognitivos y relacionales. Entonces, se observa que los objetos son un campo de la cultura material que poseen componentes característicos ya sean en términos técnicos o estéticos, definiéndose principalmente por el uso que se les otorga a través de los elementos significantes que los componen.

Entonces, el objeto es una entidad significativa y comunicativa de valores sociales y culturales para un grupo o grupos en particular. De este modo, el análisis del objeto no puede desligarse de las características que lo componen, ni abstraerse de los rasgos culturales que le dan sentido a su uso o usos.

Entonces, el objeto de uso, se tendría que empezar a definir como un elemento distintivo o diferenciador con respecto a los objetos naturales, esto es debido a que el objeto fue creado para algo, es decir, que una de sus principales características son sus elementos instrumentales de uso y de dominio técnico. En ese sentido, la usabilidad de éstos (el uso que se le da al objeto) se vuelve una marca, una designio del objeto, de esta forma, el objeto se convierte en un prestador de servicios según los recursos operativos que provee.

Dichos recursos operativos, determinan la forma del objeto y estos a su vez influyen en las funciones del usuario. Pineda Cruz y Pineda Repizzo (2009) proponen como ejemplo una silla. La silla cumple una función operativa relativamente obvia según el lugar determinado para su uso, la operatividad y la usabilidad de éste, son los signos característicos de dicho objeto, es decir, su principal característica es su uso; sentarse en ella y recargarse en su respaldo. Estos elementos descriptivos nos remiten de manera inmediata a este objeto, sin embargo, el uso de la silla no puede limitarse solamente a su "*silleidad*" puesto que su operatividad y usabilidad es resultado de su presentación vigente según su entorno, en otras palabras, el designio de un objeto, depende de una serie de significantes que legitiman al objeto como una solución operativa y como un recurso viable de uso (p.76).

Pero, en la medida en que el objeto encuentra sus limitantes según las designaciones elaboradas por su conjunto de operatividad y usabilidad, la definición que le otorga significado al objeto en cuestión se ve modificada. Es obvio que existen diversos tipos de sillas y que todas sirven en esencia para lo mismo pero, no por eso todas las sillas serán iguales, es decir, una silla en un comedor común no posee el mismo significado que una silla en una oficina o una silla presidencial. En ese sentido, el objeto se vuelve un mensajero de elementos significantes a pesar de sus elementos operativos-funcionales, de otra forma, solo sería un instrumento.

De esta manera, se puede observar que los objetos también comunican significados sociales fuera de los límites de su operatividad y funcionalidad, esto sucede cuando el diseño del objeto excede sus funciones por ejemplo, los automóviles, este tipo de objeto cumple la función de transportar a los usuarios de un punto a otro, sin embargo, el diseño del auto, los materiales con los que está

hecho, entre muchos otros factores, propician que no todos los automóviles sean iguales, incluso algunos son indicadores de estatus sociales elevados.

Estos elementos significantes deben ser entendidos a partir de dos sistemas generales de interpretación como lo sugiere Pineda Cruz y Pineda Repizzo (2009); elementos denotativos y connotativos. Los elementos denotativos nos permiten ver la relación entre significante y significado, tanto por la recepción de estímulos sensoriales y la sinestesia que lo asimila, como por la estructura formal de su configuración y la función operativa que se muestra al usuario. Mientras que, el plano connotativo corresponde al sistema cultural y estético, los cuales, dan lugar a variaciones flexibles, más no azarosas de diseño (p. 78). De este modo, los autores (2009) a través de la visión de Dorfles Gillo, nos permiten observar que el objeto de uso es un simbolismo que corresponde a “aquella propiedad por la que el objeto es evocado, y aun destinado desde su proyección, a “significar su función” de un modo totalmente vidente” (p. 78). Es decir que, las capacidades simbólicas no solo nos remiten a los elementos semánticos que denotan la función de los objetos, sino también a aquello que nos permiten identificarlos, reproducirlo y transformarlos en el mundo cotidiano.

Los autores nos ejemplifican esto con el análisis de una bicicleta a través de los elementos descritos con anterioridad. En este caso, la función característica de una bicicleta es el de rodar, sus elementos a su vez conforman una estructura semántica (marco, ruedas y timón), éstas a su vez están compuestas por sintagmas (pedales como sistema de impulso) y ejes sintagmáticos (timón: manillar, frenos, cambios y centro del manubrio). Todo esto en conjunto, permite que los elementos denotativos configuren la imagen icónica de una bicicleta mientras que, los elementos connotativos están en virtud de su uso o usos a los que han sido designados.

A pesar de esto, Pineda Cruz y Pineda Repizzo (2009) la diversidad de estos objetos se encuentra en función de la constitución de paradigmas objetivos que suponen características: materiales, estéticas, prácticas etc. Esta lógica al mismo tiempo, genera una segunda estructura denotativa que alimenta la primera, lo que deviene en toda una tipología de los objetos, desde su creación hasta su aceptación y legitimación en el mundo cotidiano (pp.78-79).

Todos estos elementos descritos anteriormente, permiten entender la forma en que está estructurado un objeto a través de sus elementos significantes, por ello, considero que sería de utilidad ordenar dichos elementos a través de una tabla de contenido que puede ayudar al análisis del teléfono inteligente como objeto de uso o signo, en este caso, una bicicleta:

Objeto:	Bicicleta
Función:	Rodar
Elementos denotativos:	Marco, ruedas, timón
Sintagmas (elementos funcionales):	Pedales, como sistema de impulso
Ejes sintagmáticos:	Timón, manillar, frenos, cambios, centro del manubrio
Interpretación connotativa:	Transporte
Características materiales, estéticas o prácticas	Bicicleta con cambio de velocidades, hecha de aleación de acero y carbono, permite ir a grandes velocidades
Tipo de objeto:	Bicicleta deportiva (Marca "X")

1.6 El objeto-uso como herramienta de análisis del mundo cotidiano

Entonces, este constante ir y venir de los elementos significantes de los objetos entre las estructuras denotativas y connotativas, han generado una impresionante tipología de los objetos, cabe destacar que estas características de los objetos puede ser ampliadas o extendidas por la proliferación de los medios de producción industriales. De esta modo, los elementos significantes del objeto u objetos, son reproducidos y transmitidos hacia y por una gran cantidad de grupos sociales.

En esos términos, tanto Pineda Cruz como Pineda Repizzo explican a través de la perspectiva teórica de Abraham Moles que los objetos signo u objetos de uso “[...]representa al mismo tiempo la concretización de un gran número de acciones del hombre en la sociedad y se inscribe en la categoría de los mensajes que el medio social envía al individuo o recíprocamente[.]” (p.79) Entonces, los objetos significantes, dirigen o comunican mensajes significativos vigentes en la vida cotidiana de los individuos, dichos mensajes son posibles por los diversos niveles comunicacionales que constituyen el saber usar del objeto. De este modo, el objeto-uso o objeto signo, genera canales de comunicación significativa entendiendo éste (el objeto) como (pp.79-80):

- Una estructura generadora y comunicadora de estímulos dados a la sensibilidad.
- Un portador de formas – o morfemas- reunidos en cierto orden, reconocibles y combinables según las más diversas maneras.

- Es un medido de los roles sociales y de interacción entre los individuos en virtud de sus prestaciones de servicio y de la definición de sus elementos semánticos.
- Es una configuración material familiar de un conjunto interrelacionado de rasgos culturales necesariamente incorporados en la designación objetual.

Entonces, el objeto-uso comunica significados sociales reconocibles por diversos grupos sociales que poseen los conocimientos y habilidades para utilizarlos o apreciarlos, entonces para éstos investigadores (2009) “el mensaje en los objetos es la organización sistémica, compleja y conceptual de signos, que utilizan como vehículo la configuración misma del objeto para transmitir una información, para indicar a alguien algo, para expresar e interpretar una realidad sensible y cultural (metáfora), para generar aprendizaje y memoria.” (p. 80) Otro ejemplo de esto serían un par de botas, estas nos comunican de inmediato para que están hechas, pero su uso como producto de un orden social varía, no es lo mismo unas botas de minero que unas botas militares.

Entonces, los mensajes que los objetos-uso comunican conforman el entorno objetual en el que operan y al mismo tiempo instauran una relación con los sujetos, entonces, existe una relación objeto-signo y sujeto, por un lado, el objeto-uso (o un conjunto de estos) generan entornos en la vida de los sujetos y el sujeto al mismo tiempo, modifica el entorno en función de sus acciones y variaciones en términos de sus experiencias. Es decir que los objetos constituyen un espacio-tiempo en el que se desenvuelven las dinámicas que conforman lo cotidiano.

De esta forma, las modificaciones en la imagen del mundo cotidiano se encuentran condicionadas por las posibilidades que conforman un entorno objetual según los valores culturales e históricos de una sociedad. Un ejemplo propuesto por Pineda Cruz y Pineda Repizzo (2009) de esto es el cambio de una imagen burguesa a la imagen contemporánea expresada en términos objetuales, es decir, en antaño, dichos entornos priorizaban la intimidad y apropiación, hoy en día, los entornos se caracterizan por priorizar la disponibilidad continua de información (p.80). Pensemos por ejemplo en un comedor, en antaño, difícilmente los individuos podían distraer su atención de los comensales, de hecho, la posición de las sillas propiciaba un orden jerárquico en una familia, sin embargo, hoy en día, resulta muy común encontrarse un televisor en el comedor o individuos revisando sus redes sociales a través de múltiples dispositivos móviles de comunicación mientras comen.

Al identificar un objeto signo, tenemos que considerar la viabilidad, el medio social de un mensaje objetual el cual al mismo tiempo se legitima en la vida cotidiana en

función de su uso y la forma en que se manifiesta dicho uso, principalmente en la conformación de su entorno objetual, las cuales materializan la imagen cultural e histórica que un grupo humano sostiene en su vivir cotidiano.

Entonces, de acuerdo a estos investigadores (2009) el objeto de uso como signo entonces, posee dos características o condiciones que lo configuran como tal (p.82):

- Una epistémica: es la interacción con el objeto o por la mediación con el mundo en función de su utilidad.
- Una óptica: la materialización de una imagen cultural compuesta por estructuras morfológicas y antropomórficas que instituyen y limitan nuestras acciones en función de nuestro entorno objetual y las diversas actitudes estéticas y culturales hacia el objeto.

Entonces, el objeto-uso u objeto-signo, se encuentra constituido por elementos significantes que comunican mensajes sociales acorde al ambiente objetual que configuran, influenciando las acciones de los individuos en dichos entornos a través del uso que le den éstos a dichos objetos. Estos a su vez, al llegar a los límites de su funcionalidad, ven modificada su definición que les dio origen. En ese sentido, los objetos-signos, al ser una imagen de la vida cotidiana y al ser legitimados como parte de este entorno, se necesita un campo de producción y circulación de dichos objetos en la sociedad contemporánea, en donde los elementos significantes de estos se reproduzcan y legitimen, en principio, este espacio es el mercado expresando esta acción a través del consumo.

2 Características generales del teléfono inteligente (smartphone)

Uno de los objetos que sin duda ha marcado el inicio del siglo y que se encuentra configurando nuestros entornos cotidianos así como las formas en que nos relacionamos, es el teléfono inteligente o smartphone. Este dispositivo, lo encontramos prácticamente en todos lados así como elementos con los cuales éste puede interactuar, generando mayores medios de información y comunicación inmediatos.

Sin embargo, ¿cómo se podría definir un smartphone? es un tanto difícil puesto que, las características físicas y de hardware son muy similares, pero sus elementos de software son muy distintas al igual que los usos que le otorgan las personas, por ejemplo, el diccionario de Oxford lo define como (Oxford, 2015):

“A mobile phone that performs many of the functions of a computer, typically having a touchscreen interface, Internet access, and an operating system capable of running downloaded apps.”

Sin embargo, esta definición toma como base los elementos técnicos del objeto y no facilita mucho el entendimiento de la capacidad del smartphone. En ese sentido también podríamos agregar una definición más, se podría decir que el teléfono inteligente “is able to perform many of the functions of a computer, typically having a relatively large screen and an operating system capable of running general-purpose applications” (Taylor Martin, 2014).

Es así como, podemos entonces identificar al teléfono inteligente no solo como un herramienta a partir de sus características de hardware sino también por otro tipo de funciones que desempeña este dispositivo tales como (Luengo de la Torre, M., 2012: 9):

- **Función tradicional:** con fines de realizar y hacer llamadas telefónicas desde cualquier lado, en cualquier momento sin necesidad de estar conectado a una línea telefónica fija. Incluyendo incluso los mensajes de texto escrito conocidos como SMS.
- **Servicios Multimedia:** al incorporar elementos como cámaras fotográficas y de video, así como reproductores de mp3, radio, lector de mapas, GPS, entre otros, ha sustituido inventos tecnológicos previos inclusive, llegando a mejorarlos, volviendo a sus predecesores obsoletos.

- Conexiones avanzadas: el acceso a internet nos ha permitido consultar y acceder a cualquier tipo de información o comunidades virtuales en cualquier momento a través de este dispositivo, llegando a colocar a los usuarios en un contexto permanente de contacto, inmediato y en tiempo real.
- Las aplicaciones (APP): este dispositivo nos permite descargar y ejecutar diversos programas hechos para la resolución de algún problema cotidiano o para el entretenimiento.

Este último punto, otorga un nivel de personalización y variedad a este objeto, existiendo infinidad de aplicaciones en el mercado de software, incluyendo muchas que son exclusivas solo para una marca o fabricante en particular, sustituyendo en gran medida a otros dispositivos como la PC.

2.1 Aplicaciones o Apps

Entonces, ¿qué es una App o aplicación? y ¿cuándo fueron inventadas?. Se podría definir de la siguiente manera “Una App es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles o tablets para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional o de ocio y entretenimiento. El objetivo de una app es facilitarnos la consecución de una tarea determinada o asistirnos en operaciones y gestiones del día a día” (Viela Nacho, 2010).

Por otro lado, es difícil establecer el momento preciso de su invención sin embargo, Viela Nacho (2010) señala que es a partir del año 2008 cuando surge un aumento radical tanto de su búsqueda como en su producción, en gran parte debido a la creación de espacios para su venta o distribución gratuita, tal es el caso de la Appstore de Apple o el Android Market de Google principalmente.

De este modo, las aplicaciones se han convertido en un punto crucial para el funcionamiento de cualquier smartphone e inclusive de cualquier tecnología vinculada a mercados digitales o inteligentes (como tablets, computadoras, televisiones etc.). El consumo de este tipo de programas tanto para la resolución de aspectos laborales, académicos o de entretenimiento entre muchos otros va en aumento, llegando incluso a estimar que para los tiempos futuros, será indispensable este formato de software para cualquier tipo de tecnología inteligente. Actualmente, Apple y Google dominan la venta y distribución de éstas, como se muestra en la siguientes gráficas:

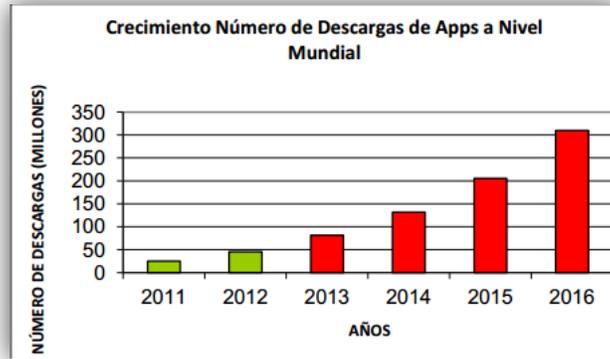


Imagen tomada de: OFCPB, 2012.



Imagen tomada de: Luengo de la Torre, M., (2012).

Es así como el diseño de este objeto así como sus funciones expresadas esencialmente a través de las aplicaciones, siendo las de Apple y Google las marcas predominantes actualmente en el mercado, desvanecen los límites temporales o de territorialidad referente a la comunicación y al acceso a la información, generando incluso escenarios de exclusión e inclusión, no solo por sus altos costos sino también por el capital cultural requerido, constituyendo

también brechas digitales entre generaciones, sin embargo, para entender los efectos que este objeto produce en nuestros entornos y el por qué se opta por su adquisición, necesitamos hacer una revisión historia de su desarrollo tanto funcional como de diseño.

2.2 Antecedentes del teléfono inteligente

La historia del teléfono inteligente es relativamente corta, se podría decir que su historia comienza cuando el teléfono convencional se despojó de toda atadura física, dejando de ser un objeto propiamente de escritorio o pared. Surgiendo bajo ese contexto en 1983 lo que se considera el primer teléfono celular, el Motorola DynaTAC 8000x (Canal UNE, 2012), siendo éste comparado incluso con un ladrillo por sus excesivas dimensiones y peso.

Motorola Dynatac 800x



pesa aproximadamente 793 gramos y medía 13" x 1.75" x 3.5. Con una duración aproximada de una hora en batería.

Fotografía tomada de: Tecnología hecha palabra (2006).

Posteriormente, con los avances tecnológicos cada vez más tecnificados, poco a poco las formas de producción en esta área fueron especializándose, ya en 1993 la compañía IBM saca al mercado su teléfono celular IBM Simo, el cual es considerado el primer teléfono inteligente puesto que, no solo se podían realizar y recibir llamadas, contenía otras características tales como: “calendario, libreta de direcciones, reloj mundial, calculadora, libreta de anotaciones, correo electrónico, enviaba y recibía FAX e incluía juegos”(Telefonía-inteligente, 2015). Aunque, su principal característica fue la pantalla táctil la cual podía ser manipulada con los

dedos pero, se manipulaba de mejor manera con un *stylus* (una especie de pluma que sirve para desplazarse en una pantalla táctil).

IBM Simo



contaba con 23 centímetros de longitud, alrededor de 6 centímetros de grosor y pesa un promedio de medio kilo.

Fotografía tomada de: Pascual J. Antonio [2014].

Sin embargo, el IBM Simo fue un fracaso en ventas, llegando incluso a considerarlo un objeto adelantado a su tiempo, esto fue debido a que “No existía Internet móvil, la batería apenas duraba una hora, y el teléfono en sí era grande, pesado, y poco ergonómico” (Pascual J. Antonio, 2014). Si bien, fracasó en el mercado, su diseño generó nuevas ideas que, aunado a un avance tecnológico y productivo, sentaría las bases para las nuevas generaciones de teléfonos inteligentes.

Ya en 1999 sale al mercado el Nokia 9110 Communicator el cuál, agregaba varias características muy similares a las de su previo competidor el IBM Simo, tales como agenda, calendario, entre otras, sin embargo, resaltaba por su teclado QWERTY deslizable y su tamaño reducido, llegando incluso su manual a describirlo como: “una completa herramienta de comunicación; es un teléfono móvil, un dispositivo de radio-mensajería, un terminal de ordenador, y una potente agenda de bolsillo, todo en un compacto dispositivo” (Pineda Mauricio, 2012). Sin embargo, tampoco permitía acceso a internet.

Nokia 9110 Comunicator



contaba con unas medidas aproximadas de 158x56x27mm y un peso promedio de 253 gramos.

Fotografía tomada de : Pineda Mauricio (2012).

En el 2002, la empresa canadiense RIM, conocida por ser la creadora de los aparatos Biper²⁴, lanza al mercado el primer BlackBerry mejor conocido como el 5810, el cual, si permitía acceder a internet, poseía una agenda electrónica sin embargo, para realizar y hacer llamadas requería el uso de audífonos.

Blackberry 5810



tenía unas dimensiones de 79 x 117 x 18 mm y un peso aproximado de 133gr

Fotografía tomada de Pineda Mauricio (2012).

Aunque no es hasta 2007 que la compañía telefónica Apple ingresa al mercado de la telefonía móvil con su primer Iphone, este dispositivo vino a establecer un canon de producción para los teléfonos inteligentes modernos, tanto por su éxito en el

²⁴ El mensáfono o Biper, es un objeto de radio mensajería de pantalla de cristal líquido. El individuo que poseía un biper podía recibir mensajes de cualquier persona a través de una central telefónica la cual, recibía los mensajes del emisor para ser canalizados posteriormente a su destinatario, al ser recibido el mensaje el objeto emitía un sonido particular muy similar a un bip, de aquí su nombre.

mercado como por su revolucionario diseño. De esta forma, Pineda Mauricio (2012) señala que el éxito fue tal que en USA lograron vender alrededor de 270,000 unidades en tan solo 30 horas, este resultado por un lado fue producto de una campaña de marketing que promovía escenarios de exclusión e inclusión aunado a esto, la versatilidad del objeto para su tiempo permitía una experiencia táctil más rápida y precisa tanto para su utilización en internet así como en la toma de fotos, videos y reproducción de música sin embargo, lo más relevante era su amplia capacidad de personalización (para su tiempo) la cuál permitía la descarga de diferentes programas seleccionados solo para este teléfono a través de una tienda virtual exclusiva denominada Appstore.

Iphone de primera generación



media un aproximado de de 11.5 x 6.1 x 1.16 cm.
Posee un peso aproximado de 135 gramos y una
batería de 8 horas de duración. (Unocero, 2013)

Fotografía tomada de T3 (2013).

A partir de ese momento, los teléfonos inteligentes posteriores al éxito del Iphone, tendrían características similares y estándar, cámaras frontales y traseras, pantalla táctil, acceso a internet, etc. Se generaron diversos tipos de teléfonos inteligentes acordes a cada estrato social o nivel adquisitivo. De este modo, la competencia entre empresas fabricantes de teléfonos inteligentes ya no se centraba tanto a cuestiones de mejoramientos físicos o de hardware, que si bien, cada año los teléfonos son más potentes, las aplicaciones o programas descargables así como los sistemas operativos se han vuelto más relevantes y significativos a la hora de adquirir un teléfono inteligente, tal es el caso de Android.

Adroid, es un sistema operativo desarrollado por Google, diseñado para ser utilizado en móviles de pantalla táctil en el 2007, sin embargo, no fue hasta el 2009 que Motorola decide implementar este sistema operativo en respuesta al IOS de Apple a través del modelo Motorola DEXT, el cuál poseía un sistema altamente personalizable y menos restrictivo que el de Apple.

Motorola DEXT



mide 114 x 56 x 15.66 mm, pesando un aproximado de 163 g. Con una batería con una duración aproximada de 6 horas.

Fotografía tomada de: Smart GSM (2014).

Posteriormente, en el 2010, Samsung lanza al mercado el equipo telefónico que posteriormente se convertiría en la competencia directa al Iphone de Apple, el Samsung Galaxy S, el cual incorporó el sistema operativo Android a estos equipos, siendo éstos más potentes, rápidos y versátiles que los Motorola, abriendo una gama de desarrollo única para este equipo en Samsung que persiste hasta la actualidad.

Samsung Galaxy S



tiene unas dimensiones de 122,4 x 64,2 x 9,9mm, pesando 119 gramos.

Fotografía tomada de: Nieto Narea (2014)

De este modo, el desarrollo del teléfono inteligente ha sido relativamente rápido, los equipos móviles se han vuelto más sofisticado pero al mismo tiempo más frágiles, incorporando sistemas operativos que permiten el funcionamiento de programas cada vez más especializados y complejos, tanto para cuestiones laborales o académicas como para entretenimiento, centrando la competencia a nivel mundial entre la IOS de Apple y Android de Google, representada en dos teléfonos insignia por una lado el Iphone y el Samsung Galaxy.

2.3 Los líderes mundiales productores de teléfonos inteligentes

Si bien, la competencia del mercado global de teléfonos inteligentes se encuentra principalmente dominada entre Samsung y Apple, existen otras marcas competidoras que están ganando terreno rápidamente, tal es el caso de Huawei, marcha china la cual, se ha situado ya en el tercer puesto de ventas a nivel mundial, tan solo en el primer trimestre del año 2014, tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla de compañías líderes del mercado

Posición	Marca	Unidades	Cuota 2014 Q1	Cuota 2013 Q4	Sistemas operativos actuales (futuros)
1 (1)	Samsung	86,8 M	30,7%	29,3%	Android, Windows (Tizen)
2 (2)	Apple	43,7 M	15,5%	17,8%	iOS
3 (3)	Huawei	18,2 M	6,4%	6,1%	Android (Tizen)
4 (4)	Lenovo	14,1 M	5,0%	4,7%	Android (Tizen)
5 (5)	LG	12,3 M	4,4%	4,6%	Android
6 (6)	ZTE	11,4 M	4,0%	3,8%	Android, Windows (Firefox)
7 (8)	Coolpad / Yulong	11,1 M	3,9%	3,7%	Android
8 (-)	Xiaomi	11,0 M	3,9%	2,6%	Android
9 (7)	Sony	9,6 M	3,4%	3,7%	Android
10 (9)	Nokia (Microsoft)	7,1 M	2,5%	2,9%	Windows, Android
	Otros	53,8 M			
	Total	282,6 M			

Información tomada de los datos de fabricantes analizada por TomiAhonen Consulting en 3 junio 2014.

Imagen tomada de: Ahonem Tomy, 2014.

Esto en gran medida puede deberse al sistema operativo que las compañías implementan en sus equipos y al precio de éstos, sobresaliendo el sistema operativo Adroid sobre el IOS de Apple. Probablemente esto es debido a que dicho sistema es menos restrictivo y exclusivo que el de Apple inclusive, Android dispone de más aplicaciones de carácter gratuito además, de encontrarse en cada vez más equipos de diferentes compañías como lo muestra la siguiente tabla:

Sistemas operativos más utilizados mundialmente

Posición	Plataforma	Unidades	Cuota 2014 Q1	Cuota 2013 Q4	Fabricantes principales
1	Android	1.209 M	69%	66%	Samsung, Huawei, Sony, Lenovo, ZTE, LG, Coolpad, HTC, Xiaomi, SonyEricsson
2	iOS	353 M	21%	21%	Apple
3	Symbian	58 M	4%	5%	Nokia, Sharp, Panasonic, Fujitsu
4	BlackBerry	52 M	3%	4%	BlackBerry
	Windows Phone	50 M	3%	3%	Nokia, Samsung, HTC, Huawei
	Otros	13 M	1%	1%	

Imagen tomada de: Ahonem Tomy, 2014

Entonces, en el caso particular de México, encontramos que el mercado de teléfonos inteligentes se encuentra en expansión, por ejemplo en el primer trimestre del 2013, la existencia de teléfonos inteligentes aumentó 61% con relación al 2012 (El economista,2013), incluso, se tiene registro que existen 41 millones de usuarios de telefonía móvil de los cuales 39% de éstos son usuarios de teléfonos inteligentes (Diario de Yucatán,2013). Es más para el 2014 se reporta un promedio de “42 millones de *smartphones* en México y se espera que la cifra se incremente a una tasa de crecimiento anual de 76%” (Entescreativos, 2014).

Para éste año (2015) se observa un incremento considerable de la compra de teléfonos inteligentes en México según reporta la AMIPCI, argumentan que entre el 2014 y el 2015 del 49 al 58% (Villegas, Andrea, 2015).

Por otro lado, cabe destacar que el acceso a redes sociales se ha convertido en la principal actividad online para los mexicanos, dándole un uso principalmente de ocio, prefiriendo la movilidad que otorga el teléfono inteligente y las computadoras personales sobre otros dispositivos como lo indica el estudio realizado por la AMIPCI sobre hábitos del internauta promedio en México²⁵, en la siguiente gráfica:

²⁵ Estudio realizado a 1662 personas de 13 o más años y 154 niños de 6 a 12 años de edad.

Dispositivos de conexión a internet más utilizados

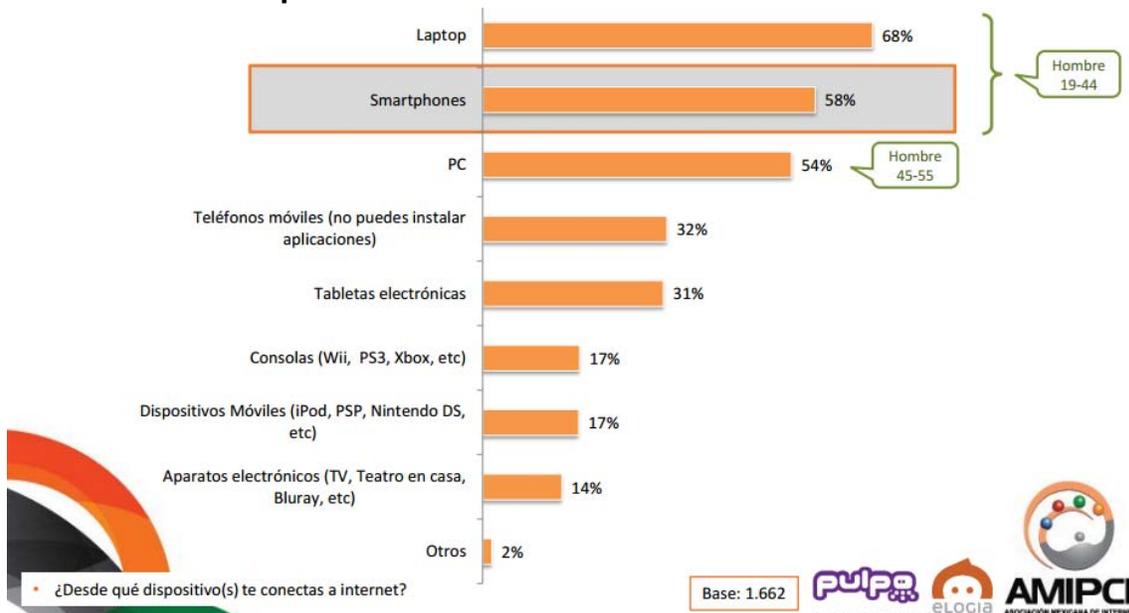


Imagen tomada de AMIPCI, 2015.

Ese mismo estudio (2015) también reveló que para el mexicano promedio el teléfono inteligente es muy importante para las actividades diarias dentro del ámbito personal como laboral, destacando actividades como hacer/recibir llamadas, navegar en internet y buscar/ descarga aplicaciones:

Relevancia y uso del teléfono inteligente en México

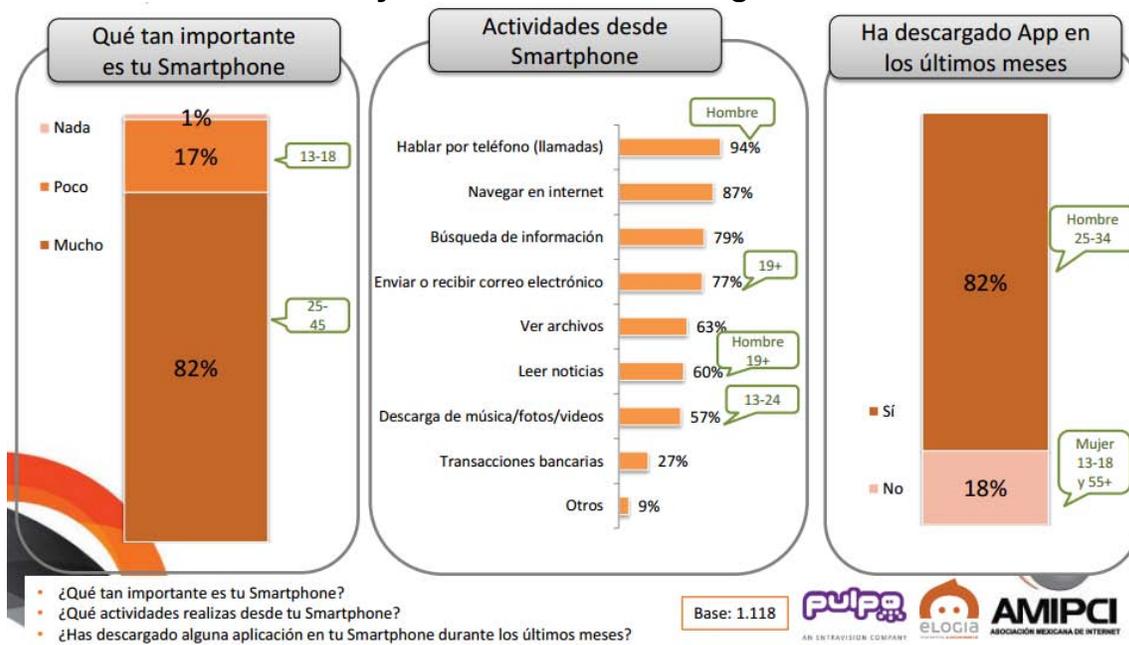
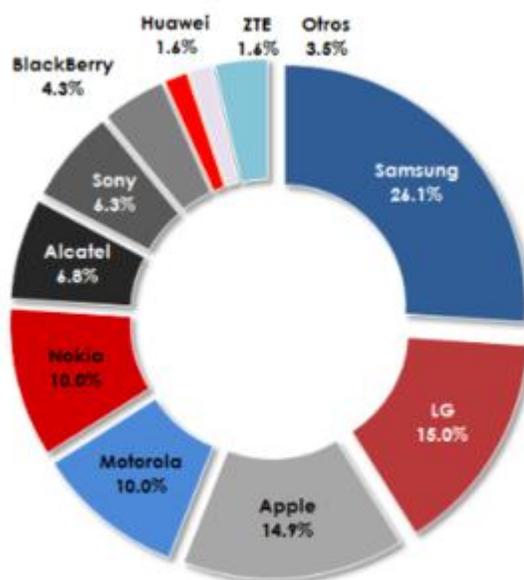


Imagen tomada de AMIPCI, 2015.

Finalmente, el mercado de telefonía inteligente en México se encuentra en amplio crecimiento como lo reporta The CIU (The Competitive Intelligence Unit) realizado al cierre del 2014²⁶ se reportaba 109.5 millones de teléfonos celulares existentes de los cuales el 50.6% son smartphones, es decir un total de 52.6 millones aproximadamente. Siendo Samsung la compañía líder en ventas en México seguida por LG y Apple como se puede apreciar en la siguiente gráfica (Álvarez, Raúl, 2015):

Participación del Mercado de Smartphones en México



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2015
 Imagen tomada de Álvarez, Raúl, 015.

Lo que nos muestra que este dispositivo está adquiriendo cada vez mayor relevancia para el desenvolvimiento de las acciones cotidianas de los individuos en nuestro país, sobresaliendo marcas como Samsung, LG y Apple seguidos por Nokia, prefiriendo sistemas operativos Android y IOS. Lo que nos muestra que se buscan plataformas no solamente móviles sino con contenido menos restrictivo, gratuito o accesible.

²⁶ Se intentó acceder a dicho estudio dentro de su página oficial, se encontró la nota pero el link de acceso al momento de la consulta (Junio de 2015) no se encontraba disponible.

2.4 Tipos de usuarios en México

Si bien, existen millones de teléfonos inteligentes en México, no todos los usuarios que los adquieren son iguales, sería un tanto difícil estratificarlos a partir de sus capacidades adquisitivas puesto que, se han dado casos en los que los individuos pueden adquirir grandes deudas a pesar de su inestable situación económica con el fin de adquirir un equipo costoso, esto denota que el mercado de telefonía móvil en México no es homogéneo y delimitado, sin embargo, si es posible hacer una estratificación a partir de los usos que éstos le dan al teléfono.

Existen diversas estratificaciones de este tipo pero, la mayoría se puede generalizar en los siguientes apartados en términos de marketing expuestos por los estudios llevados a cabo por IAB México y Millward Brown patrocinado por Havas Media Group y Terra de la totalidad de usuarios de smartphones en México (Montesino, Débora, 2014):

Tipos de usuarios de teléfonos inteligentes en México

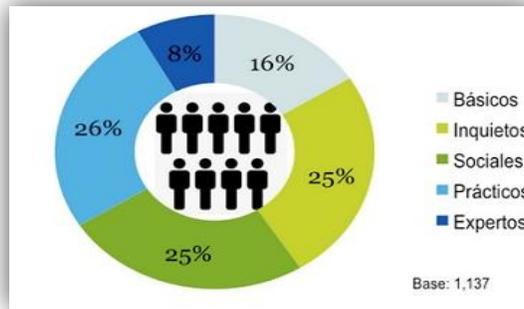


Imagen tomada de Montesino Débora, 2014.

Siendo el sector **básico** en su mayoría mujeres, dicho sector cuenta con un solo equipo telefónico el cual utilizan mayor mente para estar en comunicación con la familia y amigos ya sea a través de llamadas o mensajes de texto además, no suelen conectarse a internet a través de su dispositivo pero lo utilizan como medio de entretenimiento.

El sector de **inquietos** se ve representado en su mayoría por mujeres, tienen un teléfonos inteligente sin plan, con el cual, el 90% de éstos ingresa a internet y se comunica preferentemente a través de mensajes de texto, utilizándolo comúnmente como despertador, agenda u otras actividades de entretenimiento como juegos, música o radio.

Los usuarios **sociales** son en su mayoría jóvenes los cuales, mantienen un uso constante del teléfono a través del día, utilizándolo principalmente para mantenerse comunicados a través de redes sociales y chats. Ven al dispositivo como principal medio de acceso a internet.

Por otra parte, los usuarios **prácticos**, disponen generalmente de 2 o más equipos, intentan usar su teléfono de la manera más óptima, priorizando la búsqueda de información o aplicaciones que consideren útiles para su vida cotidiana, consideran pros y contras de un equipo en particular antes de adquirirlo, sin embargo, creen que los teléfonos inteligentes son un gran distractor en su día a día.

Finalmente, los usuarios **expertos** este tipo de usuarios pasan la mayor parte de su tiempo en contacto con su teléfono, sus actividades a través de este equipo se centran acceder a redes sociales, aplicaciones de mensajería, mantenerse informados a través de medios multimedia tales como video blogs, revistas digitales, etc. Del mismo modo, realizan compras y transacciones bancarias o pagos de servicios a través de este dispositivo, consideran al teléfono inteligente parte indispensable de sus labores cotidianas.

En resumen, es evidente la importancia de este dispositivo en términos comunicacionales, pero también se ha convertido en un elemento indispensable para el desarrollo de la vida cotidiana de muchas personas, no solo en México sino en el mundo entero, por esta razón, debemos entender el porqué las personas deciden adquirir este objeto, como configura nuestros entornos cotidiano y la manera en que estos influyen nuestras acciones. De este modo, se ha decidido comenzar con el análisis de esas interrogantes a través de grupos de discusión con diversos estudiantes del área de ciencias sociales.

3 El grupo focal o de discusión como técnica de investigación

Debido a que la investigación se encuentra enfocada en el interés por conocer los motivos y elementos que influyen en la adquisición de un teléfono inteligente, además de la falta de recursos humanos y económicos para realizar un estudio con una muestra realmente significativa, he optado por el análisis cualitativo. De este modo, la técnica de investigación que se utilizó en este estudio fue la de grupos focales o también llamados grupos de discusión.

Los grupos focales o grupos de discusión, tienen su origen en lo de años treinta, surgen como una forma alternativa de análisis a las perspectivas cualitativas expresada a través de diversos métodos estadísticos. De este modo, esta técnica busca que el entrevistador tenga un papel menos protagónico y dominante, permitiendo que el entrevistado se presente y actúe con mayor libertad, propiciando la generación de respuestas más significativas.

Esta técnica es llamada con diversas nomenclaturas y por ende puede resultar un tanto confusa en su definición, Juan Luis Álvarez-Gayou Jugerson menciona que dentro de éstas, sobresalen tres perspectivas, la de Mucchelli (entrevista de grupo); Jesús Ibáñez (grupo de discusión) y Krueger (grupo focal). Sin embargo, Juan Luis Álvarez a través de la perspectiva de Manuel Canales y Anselmo Peinado, establece las diferencias y funcionamiento entre dichas técnicas(Álvarez-Gayou, 2003: 129-130):

Entrevista en grupo	Grupo de discusión	Entrevista en profundidad
<p>“El habla investigada no alcanza la conversación y queda desdoblada como habla individual y escucha grupal. Se escucha en grupo pero se habla como entrevistado singular y aislado; no se escucha en grupo.”</p>	<p>“ [...] articula un grupo en situación discursiva (o conversacional) y un investigador que no participa en ese proceso de habla [...] Es un dispositivo utilizable para la facilitación de la tarea de enseñanza/aprendizaje individual en situación de grupo, particular mente para inducir o facilitar motivación individual hacia el aprendizaje”.</p>	<p>“[...] supone una situación conversacional cara a cara y personal. En ella el entrevistado es situado como portador de una perspectiva. No hay sin embargo, en ella propiamente conversación, pues el entrevistador no puede introducir su habla particular.”</p>

A pesar de las distintas nomenclaturas, la formación de estos grupos poseen diversos elementos que son compartidos y que son característicos tales como, el número de integrantes, el lugar de participación, la forma en la que se aborda el tema a investigar, etc. Sin embargo, es la forma en que se expresa la subjetividad de los individuos donde yace la relevancia de esta técnica. Esto es debido a que, un sujeto (en términos individuales) que no está contextualizado a un tema en particular, solo podrá ofrecer elementos fragmentados relacionados a diversos campos semánticos, de esta forma el grupo pretende que surja un campo semántico extenso.

Con relación a lo anterior, Bernardo Russi Alzaga menciona que “la técnica tiene una dimensión grupal. Si el discurso social se haya diseminado en lo social mismo, el grupo de discusión equivaldría a una situación discursiva, en cuyo proceso este discurso diseminado se reordena para el grupo: situación de grupo igual a situación discursiva (Galindo Cáceres, 1998:82).”

Entonces, a partir de la conformación de este campo semántico a través de los diversos discursos de los individuos contextualizados, podemos apreciar que los individuos al hablar de sus gustos y preferencias no solo expresan preferencias por determinados temas sino también, denotan la posesión de un capital cultural ya interiorizado proveniente de la posición (o posiciones) de una estructura determinada, como lo indica Galindo Cáceres (1998) “El sujeto es dueño de sus opiniones, pero no de la estructura que las genera. Por eso, el orden social no es consciente o se conoce fragmentariamente algunas de sus partes (requisito para su funcionamiento, como es requisito que desconozcamos lo que decimos para que el lenguaje pueda seguir funcionando en nosotros.)” (p.82)

Entonces, esta técnica de investigación prioriza el habla a través de la conversación acerca del tema de investigación entre los individuos que conforman el grupo. Busca el captar la subjetividad contextualizada de los individuos (es decir, su sentir y pensar). Tiene como objetivo la auto exposición entre los participantes con el fin de coleccionar de éstos la información cualitativa necesaria para la investigación.

De este modo, los elementos requeridos para la formación de estos grupos son los siguientes: Número de integrantes, Duración de las sesiones, Preguntas guía, Desarrollo del grupo. Los cuales serán explicados a continuación.

3.1 Número de integrantes

Dentro de las diversas técnicas metodológicas que describen el número de integrantes que deben conformar los grupos focales, varían con relación al número mínimo y número máximo de integrantes de éstos, aunque muchos coinciden en que un grupo debe formarse con un número de 6 a 12 integrantes, es Jesús Ibáñez quien explica el por qué de estos número de una forma más clara.

Ibáñez plantea que para que un grupo pueda funcionar de manera eficiente, debe de existir un número equilibrado entre los posibles canales de comunicación y los miembros que constituirán dicho grupo, a menor número de integrantes, es menor el número de canales de comunicación y por lo tanto mayor será la tensión y menor la comunicación entre ellos, caso contrario sucede con un mayor número de integrantes, él describe esto de la siguiente manera (Ibáñez, Jesús,2003:273):

“[...] un grupo de cuatro (número mínimo para que haya la redundancia suficiente para permitir alguna permutación) para funcionar ha de estar a la máxima tensión; que todos participen con el máximo de atención (sólo funciona si todos sus canales están saturados). [...] sólo a partir de cuatro actuantes el número de canales posibles es mayor que el número de elementos.

A partir de cinco el grupo puede funcionar. Pero a medida en que el tamaño crece, el número de canales posibles crece en proporción geométrica -con diez actuantes hay cuarenta y cinco posibles canales-. El grupo se fragmenta, se esquizofreniza en subgrupos. [...] la discusión de un grupo exige para cada actuante la sincronización de las recepciones de las actuaciones de los otros, y es imposible atender a más de seis hablando. Un grupo de más de siete solo funciona –sin esquizofrenizarse- si una parte se calla.”

En ese sentido, lo que Ibáñez plantea es que los canales de comunicación al sobre pasar el número de integrantes, el grupo tiende a volverse más inestable por la cantidad de canales de comunicación que se generan, por ejemplo: en una relación comunicativa entre dos personas (A-B) cabe un tipo de relación recíproca AB; entre tres personas A,B,C cabe un tipo de relación AB,AC Y BC. Del mismo modo sucede con cuatro integrantes (A,B,C,D) de esta manera existen seis relaciones AB,AC,AD,BC,BD,CD, de esta forma el número de canales aumenta de manera geométrica.

Aun así, existen múltiples advertencias con relación al tamaño del grupo, por ejemplo la que hace Russi Alzaga con relación a la visión de Ibáñez (Galindo Cáceres,1998:90):

“Hay que tener cuidado en no saturar los canales de comunicación que puede tener cada miembro del grupo, no sólo pidiendo que no hablen varios a la vez, sino también controlando el número de participantes. Asimismo, hay que cuidar el mínimo de canales de comunicación y, por lo tanto, de actuantes. Ibáñez menciona cuatro participantes como mínimo y diez como máximo.”

De esta forma, los grupos se constituirán acorde a la recomendación brindada tanto por Ibáñez como por Russi Alzaga, es decir, para esta investigación los grupos a formar serán de un mínimo de 4 a un máximo de 10 integrantes.

3.2 Selección de participantes

Dado que esta investigación es de carácter cualitativa y su principal interés es no establecer generalidades sino comprobar hipótesis, además de que la población de FES Acatlán es muy extensa, cabe mencionar que también es un estudio inicial con relación a los temas de consumo que pretende ser abordado con más precisión en futuros grados académicos, la selección de los integrantes de los grupos será de carácter no probabilístico e intencional. Es decir, los integrantes de estos grupos serán seleccionados para participar siempre y cuando cumplan con los requisitos dispuestos, esto es con el fin de encontrar la máxima representatividad entre los grupos.

Los miembros deberán tener las siguientes características para ser seleccionados:

- Ser estudiante escolarizado de alguna de las carreras impartidas en FES-Acatlán²⁷.
- Ser mayores de 18 años.
- Estar dispuestos a participar y ser grabados durante la sesión.
- Poseer un teléfono celular (ya sea smartphone o no).

3.3 Duración de las sesiones

Con relación a la duración de las sesiones, el tiempo estimado varía dependiendo del tipo de estudio y la profundidad de éste, sin embargo, se considera que el tiempo pertinente oscila entre una hora y media y dos horas. Por ejemplo, Russi Alzaga explica que “Se recomiendo no más de una hora y media. [...] no se quiere decir que debe durar noventa minutos exactos, pero se ha percibido que después

²⁷ Esto es debido a que los estudiantes escolarizados poseen en ocasiones más tiempo libre que los estudiantes inscritos en el sistema de enseñanza a distancia.

de este tipo, el grupo surge cierto desgaste energético y comienza a tener un rendimiento disparejo.” (Galindo Cáceres,1998:90)

Por otro lado, Álvarez-Gayou explica a través de la visión de Manuel canales y Anselmo Peinado que “[...] una sesión debe durar entre una y dos horas. Si bien existen grupos de “larga duración” de aproximadamente cuatro horas, se vuelven cansados y producen fatiga discursiva. [...] No obstante, la recomendación es no exceder tres horas, por lo que se debe determinar un número de preguntas a cubrir en este tiempo (Álvarez- Gayou,2003:135).”

Entonces una sesión grupal debe durar en promedio entre una y dos horas, en ese sentido, considerando que el tiempo de los estudiantes está en función de su horario y con el fin de que los integrantes no caigan en la llamada fatiga discursiva o en el aburrimiento y el tedio, la duración de los grupos para este trabajo de investigación será de un máximo de cincuenta minutos a un mínimo de veinte minutos.

3.4 Preguntas guías

Debido a que esta técnica de investigación prioriza la conversación grupal, es necesario plantear preguntas con el fin de que los individuos puedan tomar una posición con relación a algún argumento o simplemente para generar confianza entre los participantes. Esto es debido a que, los individuos al encontrarse en un grupo con individuos desconocidos, pueden sentirse apenados o no tener algún tipo de motivación para hablar, es por eso que es necesario formular preguntas que fomente el habla entre los integrantes del grupo.

Dichas preguntas deben poseer características muy particulares con el fin de obtener la información deseada para el estudio y al mismo tiempo incentivar a los participantes a dialogar, en especial al inicio. Las preguntas en esta parte de la conversación pueden ser irrelevantes para el estudio, pero generan confianza entre los integrantes del grupo y generar un trasfondo y suficiente contexto para posteriormente hacer las preguntas del tópico central de la investigación. Las preguntas deben cumplir con determinadas características, como lo muestra Álvarez Gayou (2003) las cuales son(p.1334):

- Evitar preguntas dicotómicas o cerradas (que se contesten con un si o un no).
- Evitar preguntar “por qué” ya que los participantes darán respuestas breves.

De esta forma, la primera batería de preguntas está enfocada con el fin de conocer los elementos objetivos o culturalmente reconocibles que los estudiantes identifican en los teléfonos inteligentes:

- ¿Qué características de hardware (tangibles) configuran un teléfono inteligente?
- ¿Qué características de software (intangibles) configuran un teléfono inteligente?
- ¿Para qué sirve un teléfono inteligente?

La siguiente serie de preguntas está relacionadas con el fin de conocer la forma en que los estudiantes se relacionan con sus equipos telefónicos:

- Si bien, todos los teléfonos inteligentes apagados son similares ¿Qué define a tu teléfono como tuyo?
- ¿Cuáles son esas características? (opcional)
- ¿Qué les motivó para comprar un teléfono inteligente?
- ¿Qué es una App o aplicación para ustedes? (opcional)
- ¿Cuáles Apps utilizan más? (opcional)
- ¿qué les gusta o desagrada de las Apps? (opcional)
- ¿Cuál es su opinión de los manuales de los teléfonos inteligentes?
- ¿Cuál es la opinión de tu teléfono?

Las preguntas siguientes, fueron formuladas con el fin de conocer la percepción ideológica de las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes:

- ¿Cuáles compañías fabricantes de teléfonos inteligentes son más relevantes para ustedes?
- Los comerciales o propaganda de dichas compañías ¿con qué los asocian?
- ¿Con qué imagen asocian entonces a las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes? (opcional)
- Actualmente, para ustedes ¿cuáles son los mejores teléfonos inteligentes?
- En un caso hipotético, en donde tuvieran bastante dinero para comprar un teléfono inteligente ¿cuál comprarían?

A continuación, las siguientes preguntas fueron hechas con el fin de conocer datos complementarios al uso del teléfono inteligente:

- ¿Dónde utilizas más tu teléfono?

- En promedio, al mes ¿cuánto invierten en su teléfono? Incluyendo accesorios, aplicaciones, tiempo aire etc.
- ¿Cómo creen que ha cambiado su vida o entorno cotidiano el uso del smartphone?

Estas preguntas no necesariamente tiene que ser planteadas a los integrantes en este orden, muchas puede ser contestadas anticipadamente por los integrantes y no tendría sentido preguntarlas de nuevo, además de que los integrantes podrían considerarlas una pérdida de tiempo y sentirse fastidiados al contestar las siguientes, es por esto que se han marcado como opcionales.

Por último, quisiera especificar el por qué de tantas preguntas, esto es debido a que reunir a los mismo integrantes nuevamente para una segunda o tercera sesión resulta prácticamente imposible puesto que, los estudiantes tienen diversos horarios y diversas prioridades en la administración de su tiempo. Es por esto que se necesita aprovechar esa única sesión para obtener la mayor cantidad de información posible.

3.5 Desarrollo

La sesión básicamente está constituida por tres momentos importantes; una bienvenida y presentación, normas básicas o encuadre técnico y agradecimientos o cierre.

La bienvenida es importante puesto es aquí donde se establecerá un contacto más profundo con el grupo, se deberá de ser extremadamente cordial y amable para que se sienta un precedente de confianza en el transcurso de la sesión, así mismo se pedirá permiso de grabar la sesión. Es en este momento donde el moderador se presentará, dirá su nombre, la institución a la que se pertenece, en este momento se pueden ofrecer algún tipo de caramelo o bocadillo entre otras cosas que generen confianza y un ambiente de cordialidad. Por último, para este momento los integrantes del grupo focal se presentarán diciendo su nombre, edad, carrera.

En el momento de establecer el encuadre técnico la reunión, se les dirá a los integrantes del grupo el propósito de del grupo y el tema del que se hablara, así como los fines que persigue el moderador. Se explicará también la duración de la sesión para que los integrantes puedan administrar sus tiempos²⁸. Se establecerá

²⁸ Se tiene que considerar que ellos son estudiantes y ellos generalmente están sujetos a horarios más estrictos por las materias que cursan.

normas y criterios de conducta para facilitar el diálogo entre los integrantes. Por último se reiterará el permiso de los integrantes para ser grabados (ya sea en audio o video).

Por último, el cierre permitirá despedirse de los integrantes del grupo a si como agradecerles por su tiempo y participación, en esta parte el moderador podrá escribir algunas observaciones del grupo después de que los miembros se hayan ido, con el fin de que estos no se sientan juzgados por el moderador.

3.6 Presentación de resultados obtenidos por carrera.

Los resultados obtenidos se encuentran en función del mayor número de ocurrencias o respuestas similares obtenidas pero, no se excluirá algún comentario o frase notables producidas dentro del grupo por algún o algunos miembros de éste acorde a las preguntas formuladas.

Cabe señalar nuevamente que, está técnica de investigación tiene como fin dar a conocer las percepciones, experiencias y expectativas sobre los teléfonos inteligentes por parte de los alumnos que integraron los grupos de discusión por lo que, de ningún motivo son muestras representativas pero si particulares de cada grupo.

3.6.1 Análisis del grupo focal de estudiantes de Ciencias Políticas.

Fecha de aplicación: 28 de noviembre del 2014.

Número de integrantes: 8

Daniel Martínez-Primer semestre (Alumno 1)

Guadalupe-Primer semestre (Alumno 2)

Mauricio-Primer semestre (Alumno 3)

Rubén-Primer semestre (Alumno 4)

Andrés Vásquez-Primer semestre (Alumno 5)

Leonardo-Primer semestre (Alumno 6)

Ariadna-Primer semestre (Alumno 7)

Walter-Primer semestre (alumno 8)

Notas del grupo: El grupo se mostraba ligeramente estresado, comentaron que venían de realizar un examen, al principio se mostraron algo indiferentes a las preguntas pero, las golosinas ofrecidas y diversos chistes realizados por el grupo, generaron un mejor ambiente de manera progresiva.

El grupo focal inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos, al término de la dinámica, los estudiantes realizaron una pequeña presentación, el grupo focal se llevó a cabo de la siguiente manera:

¿Qué características de hardware (tangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Los estudiantes asocian a un teléfono inteligente las siguientes características: pantalla táctil, cámaras, delgadez y liviandad.	Estudiante 3: pues, son una cámara andando, traen de todo, pero yo digo que está algo exagerado que cada vez se hacen más grandes, digo, si la tecnología está avanzando, así como comprimen algunas características también debería de ser el tamaño, incluso ya algunos modelos traen un reloj inteligente, reciben llamadas, mandan mensajes y eso sería más práctico que traer algo tan ostentoso.

¿Qué características de software (intangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los estudiantes asocian en términos de software a un teléfono inteligente lo siguiente: red inalámbrica, sistemas operativos, aplicaciones, sobresaliendo aquellas que permitan editar videos o fotografías.</p>	<p>Estudiante 2: pues, ya poseen una red inalámbrica, ya es más factible que puedas hacer trabajos o puedas leer documentos en un teléfono.</p>

¿Para qué sirve un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los usos que asocian al teléfono inteligente son los siguientes: mandar y recibir información, entretenimiento (ya sean juegos, escuchar música o ver videos), mantenerse informados sobre sucesos relevantes tanto nacionales, internacionales o personales, enviar y recibir llamadas y mensajes, finalmente, mencionan que también puede servir para almacenar y tener acceso a lecturas.</p>	<p>Estudiante 3: bueno, actualmente, no le damos un uso correcto, normalmente lo usamos, como decía un compañero, para presumir en las redes sociales porque, solamente que una persona que tenga un trabajo de oficina o un empresario que tenga la necesidad de estar mandando o recibiendo documentos, para eso sería mejor el uso de un teléfono inteligente...</p> <p>Estudiante 5: actualmente se utiliza más para entretenimiento, el uso de redes sociales, ahora sí que, el fin del teléfono celular era la comunicación y actualmente, no se utiliza solo para eso, ya puedes escuchar música, tomar fotos, que actualmente es para lo que más se utiliza, te vas a un lugar y llevas cargando el teléfono para tomar fotos, ya no es como "para ponerme en contacto contigo" ya es más como "me lo tengo que llevar porque, las fotos con los amigos".</p>

Los estudiantes identifican como características esenciales para que un objeto sea considerado un teléfono inteligente pantalla táctil y cámaras frontal y trasera principalmente; sin embargo, señalaron que los teléfonos inteligentes son cada vez más frágiles y algunos incluso son de mayor tamaño, argumentando que probablemente se deba a cuestiones estatutarias puesto que el gran tamaño dificulta no ver a la persona que esté utilizando dicho dispositivo además de que la fragilidad, propicia el cambio constante de equipos cuando estos se descomponen o dejan de funcionar. Por otro lado, consideran que al mismo tiempo, un elemento fundamental del teléfono inteligente es el acceso a internet en conjunto aplicaciones que permitan la organización y solución de cuestiones escolares además, debe tener medios que les permitan la edición de fotos o videos.

Por último, los estudiantes creen que el teléfono inteligente posee formas de uso correctos e incorrectos, consideran que como herramienta debe servir totalmente a la resolución de un o varios problemas tanto laborales como académicos, sin embargo, piensan que su uso se ha desvirtuado, exacerbándolo como un instrumento de entretenimiento e información a través de la utilización de aplicaciones de mensajería instantánea, redes sociales, juegos, videos y música principalmente.

Batería de preguntas relacionadas a la forma en que los estudiantes se relacionan con sus equipos telefónicos:

Si bien, todos los teléfonos inteligentes apagados son similares ¿Qué define a tu teléfono como tuyo?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Principalmente identifican las aplicaciones, las fotos, los mensajes y otros elementos personales que el teléfono inteligente puede almacenar. Cualquier aplicación o medio que puedan utilizar en términos tecnológicos a los que tengan acceso. Por último, la marca y los valores que pueden proyectar a través del uso del teléfono.</p>	<p>Estudiante 4: yo digo que como tal, las marcas, siempre han sido el estereotipo [...]Los niveles, definen quién trae que tipo de celular, mucha gente dice, mientras te den los servicios que tu requieres, ya sea redes sociales, entretenimiento, descargar documentos, es el mismo funcionamiento, lo único que cambia es la marca.</p> <p>Estudiante 7: yo creo que es el contenido, las aplicaciones que tengas, las fotos, el WhatsApp, tus conversaciones, tus mensajes.</p>

¿Qué les motivó para comprar un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los alumnos ven como principal motivo la necesidad de estar en contacto constante a través de llamadas o mensajes con sus familiares, amigos y conocidos a través de redes sociales o aplicaciones que permitan llamar y recibir mensajes en cualquier momento o lugar.</p>	<p>Estudiante 5: pues a mí, más que nada me motivó la necesidad, llegó el momento en el que decía “bueno, yo si necesito algo, donde poder estarme comunicando o estar en contacto con algunas personas” también, el uso de Facebook y todo eso.</p> <p>Estudiante 8: en sí, a mí me obligaron a tener uno, yo estoy un poco en contra de eso de usar celular, pero, más que nada mis padres me dijeron “debes usar celular para estar comunicados. Cualquier cosa que te llegue a pasar o te queramos contactar por alguna emergencia ” , pero, no me agrada mucho.</p>

¿Qué es una App para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los estudiantes consideran que es un programa que posee cualidades que ayudan a la resolución de algún problema en particular.</p>	<p>Estudiante 3: para mí, es algo que tiene el punto exacto para algo, como los editores de fotografías o un juego que esté bueno y para eso las ocupamos más.</p>

¿Cuáles Apps utilizan más?

Resumen Breve/Aspectos Clave	Frases notables
<p>Los alumnos utilizan: WhatsApp, Facebook, Youtube y aplicaciones para leer periódicos.</p>	<p>Estudiante 3: pues WhatsApp. Estudiante 7: si, WhatsApp. Estudiante 5: pues, el Whats.</p>

¿Qué les gusta o desagrada de las Apps?

Resumen Breve/Aspectos Clave	Frases notables
<p>Consideran que algunas son útiles acorde a sus interés y entornos, pero también creen que hay otras que fueron desarrollados con fines de entretenimiento.</p>	<p>Estudiante 5: bueno, para mí las aplicaciones, me gustan, pero creo que son de mucho ocio, luego ni las necesitas, no son requeridas pero, allí las tienes o luego las tienes nada más para adornarlo o tener menos espacio.</p>

¿Cuál es su opinión de los manuales de los teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Lo consideran poco práctico, lo utilizan solo cuando tienen algún problema o curiosidad relacionada a su equipo o aplicaciones.</p>	<p>Estudiante 4: bueno, a veces tenemos como un talento innato cuando ocupamos cualquier tipo de tecnología y lo empezamos a usar y mediante el empirismo empezamos a saber ya como se maneja y muy pocas veces leemos el manual, solo cuando se descompone</p>

¿Cuál es la opinión de tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los estudiantes lo consideran a sus teléfonos útiles en términos generales.</p>	<p>Estudiante 8: mantengo mi postura de que, es un mal necesario.</p>

Los alumnos creen que principalmente, el teléfono es poseído por ellos a través de la información que ellos pueden almacenar en él pero, al mismo tiempo consideran que puede ser cualquier otro elemento tecnológico al que el teléfono les permita acceder. Aunado a esto, también consideran los valores con los que se pueden

sentir identificados a través de una marca y la forma en la que se exponen en público.

Por otra parte, el principal motivo de adquisición de un teléfono para los alumnos fue el sentir la necesidad de estar en contacto constante con sus amigos, familiares y conocidos ya sea mediante llamadas o mensajes a través de cualquier aplicación que lo permita, también, consideran como otro motivo el acceso a internet y las redes sociales sin limitantes de tiempo o espacio como lo tendría una computadora de escritorio.

De esta manera, les resulta difícil definir lo que es una aplicaciones sin embargo, creen que es un tipo de programa que les permite la resolución de alguna problemática cotidiana o simplemente como medio de entretenimiento, aunado a esto, plantean que una de sus principales funciones es la de establecer comunicación inmediata y constante con sus conocidos, amigos o familiares, destacando el uso de aplicaciones de mensajería instantánea así como las de entreteniendo y redes sociales, priorizando WhatsApp. Sin embargo, afirman que existen muchas otras aplicaciones que son inútiles y solo ocupan espacio en el teléfono.

Por otro lado, creen que los manuales son útiles siempre y cuando responda algunas de sus dudas referentes a aplicaciones o problemas con su teléfono sin embargo, creen que los usuarios de esta tecnología poseen los conocimientos necesarios para poder utilizarlo sin necesidad de consultar el manual.

Por último, a pesar de que los estudiantes consideran a sus teléfonos útiles y los ayudan a resolver sus problemas cotidianos, además de ser un medio de entretenimiento, algunos consideran cambiarlo por otro equipo más rápido, sin embargo, creen que es un fuerte distractor para sus quehaceres diarios llegando incluso a ser molestos inclusive, un estudiante lleo a definirlo como un mal necesario.

Batería de preguntas relacionadas con la percepción ideológica proveniente de las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes.

P6. ¿Cuáles compañías fabricantes de teléfonos inteligentes son más relevantes para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Identifican principalmente tres: Apple, Samsung y Sony.</p>	<p>Estudiante 4: tiene mucho que ver con el desarrollo de las aplicaciones, como Android y el sistema operativo de Apple y las empresas que hacen aplicaciones están generando más para ese tipo de sistemas operativos, entonces, la gente cuando va a comprar, entonces si se fija en las aplicaciones y en que plataforma tienes más para descargar.</p>

P7. Los comerciales o publicidad de dichas compañías ¿con qué los asocian?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los estudiantes la asocian a cuestiones relacionadas a la juventud, vacaciones, fiestas.</p>	<p>Estudiante 3: si, normalmente los comerciales son de vacaciones, fiestas, que es para lo que los usamos realmente, porque, sinceramente, si traemos tareas y libros en el dispositivo pero, lo ocupamos más para escuchar música, para ... como dicen, si vamos a una fiesta, tomamos fotos de todo y eso es lo que realmente promocionan las empresas “recuerda la estupidez que hiciste en la playa” o todo eso.</p> <p>Estudiante 5: bueno, yo recuerdo un comercial de Sony que es del nuevo Xperia, en donde están las chavas y se van de vacaciones y están tomándose fotos y aparece la leyenda “la mejor resolución en cámara” “como graba tus momentos especiales” realmente va dirigido a eso, al entretenimiento de las personas, así como llamarte la atención y digas “a mira, con ésta cámara si saco buenas fotos, necesito ese celular”.</p>

P9. Actualmente, para ustedes ¿cuáles son los mejores teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los estudiantes consideran que los mejores teléfonos provienen de compañías tales como Iphone, Sony y Samsung.</p>	<p>Estudiante 5: bueno, yo difiero mucho de eso porque, por su sistema operativo es Iphone, ósea, no hay virus para el sistema operativo que maneja pero, si son muy...frágiles. Actualmente, el nuevo Iphone que van a sacar que hasta se dobla y la pantalla no se raya, entonces, buscan mejorar esas características malas que tenían. Yo siento que no hay competencia para un Iphone.</p> <p>Estudiante 3: bueno, pero si te das cuenta el sistema de Android, tiene mucha gama de aplicaciones y a lo mejor si tiene demasiados virus, pero, normalmente, si traes un smartphome de alrededor de 15 mil pesos, pues, puede comprar un carro de medio cachete, tienes para comprar las aplicaciones en Google Play y pues, no veo él para que descargarlos gratis pero, humildemente lo puedes comprar...</p>

P10. En un caso hipotético, en donde tuvieran bastante dinero para comprar un teléfono inteligente ¿cuál comprarían?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>La mayoría de los estudiantes optaron por un Iphone o Iphone 6.</p>	<p>Estudiante 3: yo la verdad iría por un Samsung, porque, si tienes para un buen celular, no te va a doler pagar 100 pesos o 200 pesos por una aplicación.</p>

Lo alumnos consideran que las marcas más preponderantes son Apple, Samsung y Sony sin embargo, argumentan que no es por la calidad de los equipos que vende sino por el sistema operativo y aplicaciones que estos ofertan puesto que creen que existen otros teléfonos con mejores características técnicas más baratos.

No obstante, la publicidad de estas compañías los asocian con cuestiones relacionadas a eventos únicos e irrepetibles, vinculados a ambientes juveniles y divertidos como fiestas excursiones aunque también observan ambientes laborales destacando el oficinista, los cuales, a pesar de encontrarse en contextos extravagantes o exagerados, no son ajenos para los estudiantes.

Por otro lado, consideran que los mejores teléfonos inteligentes son fabricados por Apple, Samsung y Sony sin embargo, argumentan que esto se debe principalmente a su sistema operativo aunque, los teléfonos de Apple son más costosos, creen que las aplicaciones gratuitas del sistema operativo de Android genera una competencia directa para ésta compañía. No obstante, la mayoría de los alumnos desearía tener un teléfono de Apple como el Iphone sin embargo, un estudiante desearía un teléfono de Samsung pero no por sus cualidades técnicas sino por las aplicaciones que este sistema operativo puede ofrecerle, argumenta que si tuviera el dinero suficiente, invertiría más de 100 pesos en aplicaciones. Cabe destacar que mencionaron algunas cualidades de otras marcas tales como Microsoft o Nokia, las cuales las perciben como obsoletas.

Batería de preguntas relacionada a datos complementarios al uso del teléfono inteligente

P12. ¿Dónde utilizas más tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Los estudiantes lo utilizan principalmente en el hogar y en el transporte público.	Estudiante 4: yo lo utilizo más en mi casa, pero es por el Wifi, porque allí tienes internet y aquí en la escuela, pues no hay internet.

P13. En promedio, al mes ¿cuánto invierten en su teléfono? Incluyendo accesorios, tiempo aire, aplicaciones etc.

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>La mayoría invierte cantidades entre 200 y 300.</p>	<p>Estudiante 2: igual, 200 por que también tengo plan.</p>

P17. ¿Cómo creen que ha cambiado su vida o entorno cotidiano el uso del smartphone?

Resumen breve/ Aspectos clave	Frases notables
<p>Los estudiantes consideran que el teléfono inteligente los ha ayudado a mantenerse comunicados de una manera más rápida con sus amigos, familias y conocidos a través de mensajes de texto instantáneos o redes sociales. También los ha ayudado a organizar información sobre su trabajo y escuela, por otro lado, consideran que ha sustituido en gran medida al uso de una computadora puesto que ya no depende un lugar o tiempo determinado para acceder a internet. Sin embargo, creen se ha vuelto en ocasiones molesto puesto que, al encontrarse en constante contacto a través del teléfono con sus conocidos, interrumpe algunas de sus actividades diarias.</p>	<p>Estudiante 5: pues, te facilita en el sentido de que estás lejos de una persona, pero yo siento que ha afectado mucho la comunicación persona a persona, porque muchas veces tienes a la persona al lado y estás platicando con ella en WhatsApp, hay muchas gente que hace eso, o estás platicando con el novio o la novia y se ven y no tienen la misma fluidez al hablar que cuando están hablando por Whats, yo siento que sí ha afectado mucho la relación persona a persona.</p> <p>Estudiante 8: bueno, va de la mano con la postura que tengo de usar el celular pero, analizándolo, es bueno en cierto grado por, tratar de comunicarse en alguna emergencia pero en cuestión estrés, yo soy de esas personas que les gusta irse a sentarse al pasto y leer un libro y que me estén molestando todo el día “oye, dónde estás, oye, qué estás haciendo, oye, te necesitamos aquí” es sumamente estresante, lo analizo y me pongo a observar a los compañeros y las personas que van todo el día con el teléfono en el metro, en el transporte público, pero bueno... cada quién tiene una visión del</p>

	<p>mundo, cada quién tiene sus perspectivas ante ese aparato y bueno, es mi postura.</p> <p>Estudiante 5: si es práctico el uso de los smartphones pero, actualmente decían “las mujeres no pueden vivir sin el uso del celular”, ese estereotipo ya pasó, actualmente a un hombre se le cae su teléfono y siente que se muere, la mayoría de las personas no pueden vivir ya sin su celular, no pueden estar sin un minuto sin él.</p>
--	---

Los estudiantes declaran que no tienen un lugar en particular en donde utilizar su teléfono, sin embargo, buscan cualquier lugar en donde puedan tener acceso a internet priorizando el hogar, en caso contrario, utilizan funciones del teléfono que no necesiten internet para su funcionamiento, tales como reproductores de música. Por otra parte, la mayoría de los estudiantes declara tener algún tipo de plan telefónico, sin embargo, existe un estudiante que declaró invertir menos de 50 pesos al mes.

Por otro lado, consideran al teléfono inteligente como un objeto que les permite estas informados y en comunicación con amigos familias o conocidos, ya sea de ambientes laborales o escolares sin embargo, creen que en ocasiones interrumpe actividades que requiere de algún tipo de concentración, viéndolo en ocasiones como un distractor e inclusive como un obstáculo entre las relaciones cara a cara.

Conclusiones

los estudiantes de Ciencias Políticas plantean que un teléfono para ser considerado como inteligente debe de poseer caramas, pantalla táctil, ser delgado y liviano, al mismo tiempo que debe permitir acceso a internet y aplicaciones que den solución a problemas laborales o escolares principalmente. Sin embargo, consideran que su uso como herramienta se ha desvirtuado y se ha convertido en un instrumento de entretenimiento. También argumentan que algunos teléfonos inteligentes se han hecho más grandes y frágiles, vinculan estas características con elementos estatutarios puesto que, el uso de un aparato tan grande no pasa desapercibido mientras que, al ser tan frágiles, los equipos se descomponen fácilmente propiciando su renovación constante, denotando capacidades económicas altas. Por otro lado, piensan que la posesión de un teléfono inteligente está en función de los datos personales que estos puedan almacenar así como los

valores de la marca del equipo con los que se sientan identificados y la forma en la que lo muestran al público.

De este modo, ellos argumentan que Apple y Samsung (principalmente) son las empresas líderes en el mercado aunque, no por la calidad técnica de sus equipos sino por su sistema operativo y las aplicaciones que se desarrollan para dichos equipos. Por otro lado, creen que la publicidad de estas compañías contienen elementos reconocibles en sus vidas cotidianas tales como vacaciones, fiestas, reuniones con amigos etc. Pero, al mismo tiempo, estos elementos se muestran en ambientes juveniles o laborales, pero inmersos en entornos divertidos o de entretenimiento, creando la impresión de ser eventos únicos e irrepetibles a los cuales, solo se puede acceder y conservar mediante el teléfono inteligente.

Por otra parte, el principal motivo por el cual los estudiantes decidieron adquirir un teléfono inteligente es lo que ellos determinan la necesidad de estar en constante comunicación con sus conocidos, familiares y amigos ya sea a través de redes sociales o por aplicaciones de mensajería instantánea. Ellos observan al teléfono inteligente como un medio sustituto de algunas funciones de la computadora de escritorio, argumentan no querer estar sometidos a un tiempo y espacio determinado al momento de acceder a internet.

Por último, los estudiantes consideran al teléfono inteligente como un instrumento útil para la resolución de problemas cotidianas a través de las aplicaciones que éste puede almacenar, sin embargo, no consideran que todas sea útiles, algunas son ornamentarias o simplemente no tienen los conocimientos necesarios para poder utilizarlas además, algunas son muy caras y en ocasiones no cumplen lo que prometen. A pesar de ser una herramienta útil para su vida cotidiana (tanto en ambientes escolares como laborales), consideran que ha cambiado drásticamente su vida, llegando a incluso a cuestionarse si ellos se están alejando o aislando de sus conocidos, amigos o familiares pues que, dicen pasar más tiempo con el teléfono celular que hablando con ellos, llegando incluso a ser un obstáculo en la comunicación cara a cara.

3.6.2 Análisis del grupo focal de estudiantes de Economía

Fecha de aplicación: 28 de noviembre de 2014

Número de integrantes: 6

Reinaldo Valdespino – Séptimo semestre (Alumno 1)
Alejandro de la Cruz – Séptimo semestre (Alumno 2)
Edith Rodríguez – Alumna de último semestre (Alumna 3)
Brenda Yanei Basurto – Séptimo semestre (Alumna 4)
Cristiano Bertuchi – Séptimo semestre (Alumno 5)
Miguel Ángel Martínez – Séptimo semestre (Alumno 6)

Notas del grupo: El grupo focal se llevó a cabo en la noche por lo que los alumnos se encontraban visiblemente cansados y estresados, comentaron que venían de presentar un examen por lo cual, el grupo se mostró al principio algo renuente a colaborar con la sesión, posteriormente, se mostraron más participativos²⁹.

El grupo focal o de discusión inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos, al término de la dinámica, los estudiantes realizaron una pequeña presentación señalando su nombre y semestre, el grupo focal se llevó a cabo resolviendo las siguientes preguntas:

Batería de preguntas relacionada a los elementos objetivos o culturalmente reconocibles.

¿Qué características de hardware (tangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Los alumnos de este identificaron los siguientes elementos: Cámara y pantalla a color	Alumno 5: “Yo creo que es el software, el hardware sigue siendo lo mismo, no han innovado en nada más que... a diferencia de los teléfonos en los noventas y en los dos miles era solamente la cámara y nada más lo que es la pantalla a color pero, el software es ahorita lo que más vale [...]”

²⁹ En la espera previa a la formación del grupo, se pudo observar a los alumnos realizar su examen de manera grupal en el pasillo fuera de su salón de clases mientras los estudiantes utilizaban sus teléfonos celulares como herramienta para resolverlo y compartir los resultados.

¿Qué características de software (intangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Aplicaciones e interfaz	Alumno 6: yo estoy de acuerdo en el uso del software pero también depende en cuanto al manejo que tu le das, que se programen a manera que todo sea más simple y bueno, que todo lo que tú buscas en una tablet, en una computadora, en una lap, que esté a la mano y que sea fácil de usar, en eso estoy de acuerdo sobre todo en las aplicaciones y en el software.

¿Para qué sirve un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Depende del usuario.	Alumno 1 : bueno yo creo que si depende del usuario del que lo quiera adquirir, porque, como decía el compañero, depende mucho de las funciones que tenga, por ejemplo, para un empresario si es muy indispensable que tenga ciertas funciones su smartphone, a lo mejor para mi es indispensable que tenga reproductor de música, que tenga Facebook, que tenga Twitter, si depende mucho del comprador.

Los estudiantes consideran que los teléfonos inteligentes poseen las mismas características físicas como la pantalla táctil y las cámaras, lo que difiere de unos y de otros es el software o el sistema operativo, de este modo las aplicaciones son relevantes siempre y cuando sean prácticas además de buscar que el uso del teléfono pueda sustituir a otros objetos, esto los hace considerar que el teléfono inteligente se define en función del uso que le dan los usuarios, sin embargo,

comentaron que la principal función que ellos reconocen del teléfono inteligente es mantener comunicación con conocidos, amigos y familiares mediante redes sociales o aplicaciones de mensajería al igual que funciones lúdicas o de entretenimiento.

Batería de preguntas relacionadas a la forma en que los estudiantes se relacionan con sus equipos telefónicos:

Si bien, todos los teléfonos inteligentes apagados son similares ¿Qué define a tu teléfono como tuyo?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Consideran que lo relevante es el sistema operativo y la manera en que este puede permitirles la personalización de sus teléfonos además.</p>	<p>Estudiante 3: “pues, las aplicaciones y como lo vas personalizando, que iconos le pones, los sonidos, los juegos que tu le pones...”</p>

¿Qué les motivó para comprar un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los principales motivos son: mantenerse comunicados a través de las redes sociales, juegos y herramientas que pueda proporcionar el equipo para cuestiones laborales.</p>	<p>Estudiante 5: “a mí me motivó, que todos tenían un teléfono inteligente, porque un teléfono sencillo pues, cómo para que te sirve, puedes tener una tablet como una computadora para checar tus redes sociales[...]”.</p> <p>Estudiante 2: “En mi caso, bueno yo digo que, con todo el avance de la tecnología, nos hacemos más dependientes a estar comunicados, ya sea WhatsAap, Facebook, Twitter, mensajes multimedia, etc. Eso es lo que a mí me motivó a comprar un smartphone [...]”</p>

¿Qué es una App para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Lo consideran una parte del teléfono, un tipo de herramienta que sirve para solucionar algún problema.</p>	<p>Estudiante 5: puede ser una herramienta, puede ser también como... algo que le da personalidad, por ejemplo como decían, yo le doy personalidad a mi teléfono cargándolo por ejemplo...hay aplicaciones que cambian el diseño de tu teléfono, aplicaciones de juegos también, de diversión, aplicaciones para descargar música, yo creo que es una extensión del teléfono [...]</p>

¿Cuáles Apps utilizan más?

Resumen Breve/Aspectos Clave	Frases notables
<p>En resumen, utilizan aplicaciones para mantenerse en comunicación con sus contactos, priorizando redes sociales.</p>	<p>Estudiante 1,2,3 y 6: Facebook.</p>

¿Qué les gusta o desagrada de las Apps?

Resumen Breve/Aspectos Clave	Frases notables
<p>En términos generales, los alumnos consideran que algunas aplicaciones son inservibles y costosas.</p>	<p>Estudiante 2: a veces prometen más de lo que realmente hacen.</p>

¿Cuál es su opinión de los manuales de los teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Consideran en términos generales que son inútiles.	<p>Estudiante 4: qué son inútiles.</p> <p>Estudiante 5: ya son más tutoriales, ya los celulares te muestran cómo utilizarlos.</p>

¿Cuál es la opinión de tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
En términos generales se encuentran satisfechos con sus teléfonos.	<p>Estudiante 4: lo barato sale caro, puedes comprar otro teléfono sencillo que a simple vista te puede dar lo mismo pero a largo plazo no te va a dar la misma resistencia o rendimiento que te puede dar un teléfono que ya conoces con base a experiencia.</p>

Los estudiantes observan que la personalización del teléfono es una forma de reconocimiento de un dispositivo como suyo, principalmente, a través de los datos personales que éstos pueden almacenar y la forma en que pueden ser editados. Por otro lado, ven como principal motivo para adquirir un teléfono inteligente es el evitar estar incomunicados con otras personas a través de aplicaciones que les den acceso a redes sociales y funciones de entretenimiento, destacando el uso de aplicaciones como juegos y redes sociales tales como, WhatsApp, Facebook, Cady Crush (juego), intentando evitar encontrarse en un escenario de exclusión.

De esta manera, los estudiantes ven a las aplicaciones como herramientas pero, no todas son prácticas, algunas solo se encuentran almacenando espacio en su equipo o cumplen funciones estéticas para con su teléfono llegando incluso a ser costosas e inútiles o sobre valoradas.

Cabe destacar que los estudiantes mencionaron que muchos de los manuales carecen de utilidad además de no encontrarse ya en forma física sino en formato

digital, sin embargo, creen que son más como tutoriales aunque, consideran tener los elementos suficientes para saber utilizarlos sin necesidad de éstos.

En términos generales los alumnos declaran estar satisfechos con sus teléfonos, algunos mostraron sus equipos los cuales parecían ser bastante actuales. También, argumentan que sus teléfonos los satisface y poseen las aplicaciones necesarias acorde a sus necesidades sobresaliendo los juegos, escuchar música, descargar contenido multimedia, organizar agendas y notificaciones de redes sociales. Además, prefieren invertir una cantidad bastante significativa en un teléfono para no tener que renovarlo constantemente.

Batería de preguntas relacionadas con la percepción ideológica proveniente de las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes.

¿Cuáles compañías fabricantes de teléfonos inteligentes son más relevantes para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Identifican a Samsung y Apple principalmente.	Estudiante 1: lo que pasa es que, en el mercado de los celulares hay diferentes nichos del mercado y hay para todos y para todos los niveles de ingreso y vaya, a las compañías como Alcatel, no se me ocurre otras, han entrado a los nichos de mediano ingreso.

Los comerciales o propaganda de dichas compañías ¿con qué los asocian?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Identifican a Apple con exclusividad, Microsoft con diversión y Samsung con elementos personales.	Estudiante 4: con diversión y comunicación. Por ejemplo, Microsoft, lo primero que me viene a la mente es diversión, porque, independientemente de los otros teléfonos, por ejemplo, las otras áreas con las que se presentan esta compañía, por ejemplo, Apple, lo primero que se me viene a la mente es música y Samsung, pues lo ubico más por el teléfono como más personal.

Actualmente, para ustedes ¿cuáles son los mejores teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Los estudiantes no identifican un modelo en particular salvo el Galaxy 820 de Samsung.</p> <p>En términos generales consideran que las marcas más relevantes son: Apple, Motorola, Samsung y LG.</p>	<p>Estudiante 2: “yo digo que Motorola y Samsung. Apple no porque, si está constante mente innovando y todo pero sus innovaciones van más al tamaño de la pantalla al celular y meterle cualquier aplicación que de verdad no sirve para nada.”</p>

En un caso hipotético, en donde tuvieran bastante dinero para comprar un teléfono inteligente ¿cuál comprarían?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>El modelo o la marca es irrelevante para los estudiantes, priorizan el sistema operativo prefiriendo un sistema Android.</p>	<p>Estudiante 5: yo me quedaría con un software Android, se me hace mejor Samsung por que tiene muy buenas aplicaciones, porque tiene música, video y así...</p> <p>Estudiante 4: paraqué quiero un teléfono que tiene mil funciones, cuando solo ocuparía tal vez cuatro.</p>

A pesar de que los estudiantes consideran a Samsung y a Apple como compañías sobresalientes por el nivel de innovación que mantienen año con año en el mercado, observan que existen diversos nichos mercantiles en donde sobresalen otro tipo de compañías líderes acorde a los niveles de ingreso de los consumidores. Sin embargo, dichas compañías carecen de campañas publicitarias constantes, lo que dificulta recordar o asociar algún concepto con éstas. Por ejemplo, los estudiantes identificaron inmediatamente a Apple con exclusividad pero, engloban los comerciales o propaganda de todas las compañías con conceptos tales como diversión y comunicación.

Aunque los estudiantes estiman que se ha generado una idea de competencia entre Samsung y Apple (principalmente), observan que existen otras marcas más prácticas y a menores costos, por ello, reconocen la existencia de teléfonos más costosos pero no por ello más deseables, prefieren evaluar en términos de costo beneficio los equipos a adquirir, a pesar de que otros equipos cuenten con más aplicaciones o funciones, probablemente dichas aplicaciones sean inútiles para ellos.

Batería de preguntas relacionada a datos complementarios al uso del teléfono inteligente

¿Dónde utilizas más tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
No hay un lugar en particular.	Estudiante 4: duermo con él, con eso te digo todo.

En promedio, al mes ¿cuánto invierten en su teléfono? Incluyendo accesorios, tiempo aire, aplicaciones etc.

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Entre 100 y 200 pesos al mes.	Estudiante 3: yo tengo un plan de 200 pesos al mes.

¿Cómo creen que ha cambiado su vida o entorno cotidiano el uso del smartphone?

Resumen breve/ Aspectos clave	Frasees notables
Especifican que la comunicación con sus conocidos esa más inmediata, además de brindarles medios para organizar sus ambientes académicos y laborales.	Estudiante 4: Para mí es curioso porque, al mismo tiempo que me ha facilitado la comunicación me ha aislado [...] Estudiante 5: yo creo que igual, comunicación porque, no tengo mucho tiempo con el teléfono, apenas como 6

	<p>meses y mis papas dicen “oye, nada más desde que tienes el teléfono estás con esa chingadera todo el día” pero por ejemplo tenía amigos, igual aquí en la escuela, armamos un grupo de trabajo en el Whats y allí trabajo o te etiquetamos en una foto en Instagram y así de.. ya nada más llegaba y compartía algo en Instagram o Facebook, entonces, he tenido a varias chicas que me dicen “naa solo por Whats.”</p>
--	--

Los estudiantes mencionaron que el teléfono inteligente se encuentra consigo en prácticamente todo lugar en el que estén, inclusive en espacios más privados como el baño. Aunado a esto, indicaron que ellos invierten entre 100 y 200 pesos al mes por tener contratado un plan mensual con alguna compañía telefónica.

Por otro lado, ellos consideran que los teléfonos inteligentes han hecho que la comunicación sea más rápida al mismo tiempo, ha generado herramientas o medios para una organización más óptima de su ambientes tanto escolares como laborales, sin embargo, sienten que el uso del teléfono ha ocupado bastante tiempo en sus quehaceres diarios, llegando incluso a cuestionarse si se están aislando de sus amigos y familiares.

Conclusiones

En resumen, los alumnos de Economía identifican la cámara y la pantalla a color como elementos reconocibles de un teléfono inteligente sin embargo, creen que el software y principalmente, los programas (aplicaciones) y el sistema operativo definen con mayor precisión a un teléfono inteligente que el hardware puesto que, este último elemento es muy estándar ya en casi todos los teléfonos mientras que el software se actualiza constantemente.

De este modo, las aplicaciones y programas que el teléfono posee y los medios que permiten la personalización de éstos, son considerados elementos que determinan la posesión y vinculación de este objeto con el usuario, al mismo tiempo, consideran que el uso que le dé el usuario al teléfono, define al teléfono en cuestión.

Por otro lado, los estudiantes observan que el teléfono inteligente los ha ayudado a organizar diversas cuestiones escolares y laborales además, plantean que las redes sociales y otros servicios de mensajería instantánea, han constituido varias colectividades virtuales ya sea con conocidos, desconocidos o personas que les gustaría conocer, en ese sentido, el acceso a la información proveniente de estas fuentes es relevante para ellos, llegando incluso a argumentar que pueden sentirse excluidos por no estar comunicados o informados de manera constante. Estos son principalmente los motivos por los cuales ellos decidieron adquirir un teléfono inteligente.

Los estudiantes también consideran que las marcas o compañías fabricantes de teléfonos inteligentes más sobresalientes son Samsung y Apple, asociando a la primera con elementos personalizables y a la segunda con cuestiones de exclusividad sin embargo, observan que existen diversos nichos de mercado en donde predominan otras compañías más baratas y con aplicaciones más útiles acorde a los ingresos de cada sector social, por lo que para ellos es difícil determinar una marca superior, en ese sentido, los estudiantes optan por preferir un sistema operativo que posea las aplicaciones y funciones que ellos desean ante una marca en partículas.

Hablando de sus teléfonos, ellos dicen estar satisfechos con sus equipos, creen que si bien, algunos equipos son un tanto costosos, prefieren invertir en un teléfono que sea durable y en el que puedan almacenar todo lo que necesitan así como personalizar toda su información. En ese sentido, consideran que es fundamental pensar en términos de costo beneficio al momento de adquirir un plan o un teléfono inteligente por lo que, declararon invertir mensualmente en su teléfono entre 100 y 200 pesos debido a que la mayoría tienen contratado un plan o paquete de llamadas con alguna compañía telefónica.

Por último, consideran que los teléfonos inteligentes han hecho que la comunicación sea más inmediata entre sus diversos grupos de contactos o conocidos, además de ser una herramienta útil para la solución de algunos problemas de la vida cotidiana, permitiendo incluso la organización de la información tanto laboral como escolar, sin embargo, se cuestionan si este objeto los está aislando puesto que este dispositivo lo utilizan prácticamente en cualquier lado, llegando a ser un limitante comunicacional entre las personas de su entorno.

3.6.3 Análisis del grupo focal de estudiantes de Relaciones Internacionales

Fecha de aplicación: 19 de noviembre del 2014.

Número de integrantes: 6

Fernando – Séptimo semestre (Alumno 1)

Estéfani– Séptimo semestre (Alumno 2)

Adrián – Séptimo semestre (Alumna 3)

Brenda– Séptimo semestre (Alumna 4)

Miguel – Séptimo semestre (Alumno 5)

Anahí – Séptimo semestre (Alumno 6)

Nota: el grupo se encontraba con mucho humor y toda la disposición de participar en esta actividad, todos fueron conocidos o amigos por lo cual fue más fácil entablar diálogos con el grupo.

El grupo focal o de discusión inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos. El grupo focal se llevó a cabo de la siguiente manera:

Batería de preguntas relacionada a los elementos objetivos o culturalmente reconocibles.

P1. ¿Qué características de hardware (tangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Carama frontal y trasera, pantalla táctil.	Estudiante 5: se supone que para un teléfono sea inteligente, entre más cosas pueda hacer por sí solo, se le consideraría un teléfono inteligente porque si no, sería un teléfono cualquiera. Entonces, obviamente, entre menos esfuerzo tú hagas para utilizarlo es lo que lo hace inteligente, entre menos botones, las dos cámaras, que todo sea táctil y que implique menos esfuerzo.

P2. ¿Qué características de software (intangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Aplicaciones (juegos y redes sociales especialmente), reproductor de música, reloj.	Estudiante 3: aparte, debe de tener hasta cierto punto, el mayor contenido de facilidades para su uso.

P3. ¿Para qué sirve un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Almacenar y cargar todo lo necesario para la resolución de algún problema laboral o académico, sustituir y optimizar a la cámara fotográfica, conocer la ubicación de algún sitio geográficamente, estar comunicados de manera constante con sus familiares, amigos o conocidos, tener acceso a internet, consultar redes sociales.	Estudiante 5: para compactar todo en un solo dispositivo, en la actualidad ya no es necesario que traigas una computadora, proyector y demás [...]para lo último que uso el celular es para hablar y está muy comprobado, anteriormente el teléfono servía para hacer llamadas pero, cualquier persona que tiene un plan se puede dar cuenta que lo menos que hacen con el teléfono es llamar.

Los estudiantes identifican principalmente las cámaras frontales, traseras y la pantalla táctil como elementos para que un teléfono pueda ser considerado como inteligente sin embargo, consideran que la falta de limitantes físicas (como los botones) y la multifuncionalidad son características o sinónimos de inteligencia entre los objetos. Aunado a esto, argumentaron que las aplicaciones son más representativas del teléfono inteligente pero, deben de facilitar y resolver problemas determinados de su vida diaria.

En ese sentido, ellos consideran que un teléfono inteligente es definido por la capacidad que pueda tener para la resolución de algún problema cotidiano, principalmente académico o laboral a través de la información que el teléfono pueda almacenar sin necesidad de depender de otros aparatos. Del mismo modo, creen que el teléfono inteligente se está caracterizando más por la facilidad que

tiene el dispositivo de poder acceder a internet o mantener contacto con sus conocidos, familiares o amigos a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería que por la función por la cual fue creado que es hacer y recibir llamadas.

Batería de preguntas relacionadas a la forma en que los estudiantes se relacionan con sus equipos telefónicos:

P4. Si bien, todos los teléfonos inteligentes apagados son similares ¿Qué define a tu teléfono como tuyo?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Los accesorios.	Estudiante 1: los gadgets Estudiante 5: las carcasas. Estudiante 3: las aplicaciones.

P5. ¿Qué les motivó para comprar un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Planes de contratación de servicio con alguna compañía telefónica (incluyendo el teléfono), las cámaras, aplicaciones.	Estudiante 3: si, las aplicaciones porque, por ejemplo, ya haciendo la diferencia entre un Android a un IOS que en este caso es de Apple, la mayoría de la gente por el lujo de lo que es un Iphone, puede preferir comprarlo porque se ve bonito, pero si nos vamos a lo que ofrece el sistema operativo, uno se va por el Android.

P14. ¿Qué es una App para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Las aplicaciones son consideradas como programas que puede solucionar algún problema cotidiano tal como la comunicación o cumplir una función de entretenimiento.</p>	<p>Estudiante 5: App, es la abreviatura de aplicación, pues, tienen ciertas características o algunas funcionalidades de un programa o software, que se aplican en cosas cotidianas de la vida, ya sean, juegos, mensajería, comunicación, videos, fotos etc.</p>

P15. ¿Cuáles Apps utilizan más?

Resumen Breve/Aspectos Clave	Frases notables
<p>Facebook, WhatsApp, Telegram.</p>	<p>Estudiante 5: y para qué quieres Telegram si tienes WhatsApp. Estudiante 1: pues porque allí tienes la opción de ocultar tus mensajes.</p>

P16. ¿Qué les gusta o desagrada de las Apps?

Resumen Breve/Aspectos Clave	Frases notables
<p>La comunicación es más sencilla pero carece de privacidad.</p>	<p>Estudiante 5: yo creo que más allá de eso, pero, en la vida cotidiana te meten en unos problemas impresionantes. Te hacen el trabajo y sin trabajo y suena la aplicación y en donde estás a veces es incómodo, ya no existe la privacidad gracias a las aplicaciones...</p> <p>Estudiante 4: ya no puedes ignorar un mensaje.</p>

P8. ¿Cuál es su opinión de los manuales de los teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>No se consultan a menos que tengan alguna problemática.</p>	<p>Estudiante 1: generalmente usas el teléfono y vas viendo para que sirve cada cosa. Estudiante 3: si llego a consultarlo es porque fue un caso de emergencia, algo que me haga preguntarme ¿qué le pasó a mi celular?.</p>

P11. ¿Cuál es la opinión de tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Algo obsoleto, pero conformes con su teléfono.</p>	<p>Estudiante 5: pues, yo estoy feliz con mi teléfono. Estudiante 2: yo también, a mí me sirve para lo que necesito, soy demasiado básica en eso.</p>

Los estudiantes consideran que una forma de poder poseer un objeto como el teléfono inteligente es a través de los accesorios tanto físicos como de software puesto que, no todos los teléfonos poseen los mismos elementos, sin embargo, esto no es suficiente, estos elementos deben de permitir un cierto grado de personalización aunque reconocen que estos componentes y su capacidad personalizable se encuentra en función del sistema operativo.

De este modo, los estudiantes argumentaron que el principal motivo de adquisición de un teléfono inteligente es el sistema operativo y las aplicaciones que sean compatibles con éste y que se ofertan al público, sin embargo, consideran igual de importante la calidad de las cámaras que estos pueden poseer.

En ese sentido, ellos definen las aplicaciones como un programa cuya función primordial es la de comunicar así como la de entretener, destacando principalmente aquellas de mensajería instantánea o cualquier otra que les permita acceder a redes sociales, sin embargo, creen que estas aplicaciones

atentan contra su privacidad puesto que, en ocasiones interrumpen sus actividades diarias o los ponen en situaciones incómodas dado que ya no pueden ignorar algún mensaje ya que algunas aplicaciones los delatan.

Por otro lado, los estudiantes mencionan que ellos aprenden a usar su teléfono mientras lo usan y si tienen algún tipo de duda sobre su funcionamiento recurren a internet, ven al manual solo útil cuando se presenta algún tipo de problema con el equipo.

En términos generales están conformes con sus teléfonos (algunos mostraron sus teléfonos y parecían ser teléfonos recientes) aunque algunos estudiantes también consideraron que están algo obsoletos o viejos pero, no consideran sustituirlo.

Batería de preguntas relacionadas con la percepción ideológica proveniente de las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes.

P6. ¿Cuáles compañías fabricantes de teléfonos inteligentes son más relevantes para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Sobresalen: Apple, Samsung y Sony	Estudiante 2: actualmente los teléfonos inteligentes más eficientes son de Motorola, por eso están apenas introduciéndose al mercado. También Huawei, creo que es una empresa china y también está tomando fuerza en ese sentido, Nokia como que se rezagó un poco pero, por que fue comprada por Windows, digo, Microsoft.

P7. Los comerciales o propaganda de dichas compañías ¿con qué los asocian?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Tecnología de punta, estatus, innovación, Innovación, medio de acceso a redes globales.	Estudiante 2: Estatus. En la actualidad, la tecnología es lo que te da estatus social, dependiendo del teléfono que traigas, es como eres, o sea, sacas tu teléfono y ya sabes y dices "ah, a este le alcanzó para comprarse un buen teléfono, entonces debe ser un buen

chavo, una buena persona”.

puede sumergir en el agua y tomar fotografías.

Estudiante 5: yo creo que la propaganda siempre la van a usar las empresas para hacer ver más fuerte su ... para sobresalir sobre las demás con base en las fortalezas que tiene, porque, cada smartphone es diferente, entonces por ejemplo, Apple, los Iphone, cuando los anuncian, siempre van ligados a la elegancia, o sea, nunca vas a ver que en algún comercial de Iphone, salga un tipo gritando, los comerciales de Iphone siempre te ponen el teléfono, te lo enfocan y lo giran, entonces tu lo vez y dices “ese teléfono no es para mí, ese es para gente de clases altas, refinada. [...]alguna vez, vi un estudio que hicieron en internet que decía, que lo que más sorprende a las personas es traer el último Iphone pero, aclaraba, el último, sí tú tienes ahorita el 5, ya estás medio pobre, por qué, porque ya está ahorita el 6, después de eso, sí traes un Samsung es porque te gusta Android y de allí para abajo, ponían que el poder adquisitivo ya no es como para tener un Galaxy o un Iphone, entonces, yo creo que la propaganda también te mente esa parte del estatus, porque no es lo mismo la manera en que te anuncian Motorola, que la manera en que te anuncian un Galaxy, que te anuncian un Iphone.

Estudiante 3: incluso, las mismas compañías, hacen una división de

	<p>estatus o de clase, en gama baja, gama media y gama alta, incluso, los de gama baja son los celulares que cuestan 300 pesos con lamparita y cosas así, bueno, ya de allí para arriba igual y también allí están los Motorola.</p> <p>Estudiante 4: eso provoca muchas veces que aunque no tengan dinero o no tenga comida pero, tiene un Iphone, porque hay gente que no tiene para sus pasajes pero trae un súper celular y eso es una cuestión de estatus</p> <p>Estudiante 6: la sociedad te presiona para que lo tengas, porque si hay alguien más que trae un súper celular, pues dices “ah, yo quisiera tener ese mismo celular”.</p>
--	--

P9. Actualmente, para ustedes ¿cuáles son los mejores teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Samsung Galaxy s6, 6 plus,	Estudiante 5: yo creo que Galaxy s6.

P10. En un caso hipotético, en donde tuvieran bastante dinero para comprar un teléfono inteligente ¿cuál comprarían?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Iphone 6 y Samsung Galaxy S6	Estudiante 2: pues compraría el más caro.

Los estudiantes creen que las compañías líderes del mercado son Apple, Samsung y Sony principalmente. Cabe mencionar que también los alumnos mencionaron otras compañías tales como Microsoft y Nokia aunque, se refirieron a Nokia de forma despectiva y burlona sin embargo, un estudiante comentó que a pesar de no ser marcas que encabecen el mercado, producen teléfonos de buena calidad.

De este modo, ellos creen que las imágenes que proyectan las compañías de teléfono son referidas siempre al equipo más que al individuo, muestran a través del teléfono valores relacionados a la marca de la compañía, incluso consideran que las compañías ya tienen dividido el mercado acorde a los estratos socio económicos de cada usuario. Inclusive, un estudiante señaló que Apple y su teléfono Iphone está relacionado a un ambiente de refinamiento vinculado a estratos sociales elevados, fomentando el deseo de adquirir siempre el teléfono más actual, el último, sin importar las características técnicas de éste, propiciando que algunas personas, a pesar de tener otras prioridades de vida, prefieran adquirir un teléfono costoso a pesar de las carencias económicas. De este modo, los estudiantes señalan que la sociedad o las colectividades (reales o no) ejercen una fuerte presión en los individuos para la adquisición de un teléfono inteligente.

Por otro lado, los estudiantes dentro del grupo consideraron que el mejor teléfono inteligente es producido por Samsung bajo la línea Galaxy, en particular la S6 Plus, aunque, la mayoría de los estudiantes consideran que si tuvieran el suficiente poder adquisitivo comprarían siempre el más caro, asocian el precio con las características técnicas. Como por ejemplo el Iphone o Galaxy más novedoso.

Batería de preguntas relacionada a datos complementarios al uso del teléfono inteligente

P12. ¿Dónde utilizas más tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Suelen usarlo más en la escuela.	Estudiante 2: en la escuela. Estudiante 5: en todos lados, hasta para ir al baño. Estudiante 3: en el salón de clases. Es la mejor forma de distraerte.

P13. En promedio, al mes ¿cuánto invierten en su teléfono? Incluyendo accesorios, tiempo aire, aplicaciones etc.

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Entre 400 – 1,000 pesos mensuales.	<p>Estudiante 5: yo, como mil pesos, que es lo que pago en el plan.</p> <p>Estudiante 2: es que, yo no lo pago, no sé...como 600 pesos.</p>

P17. ¿Cómo creen que ha cambiado su vida o entorno cotidiano el uso del smartphone?

Resumen breve/ Aspectos clave	Fraseses notables
<p>El teléfono inteligente ha facilitado la comunicación con sus conocidos, familiares o amigos además, se está consolidando como un medio alternativo de información en relación a la televisión, el radio, los periódicos, revistas etc. sin embargo, también han perdido parte de su privacidad puesto que, en ocasiones el teléfono indica su ubicación o simplemente no pueden ignorar un mensaje, además, creen que se está convirtiendo en un obstáculo comunicacional llegando incluso a considerar si se están volviendo menos sociables.</p>	<p>Estudiante 5: pues, no ha hecho menos sociable, por increíble que parezca, socializar no es platicar con una persona por medio de un aplicación, eso pasa con la pareja, con los papás, hace a la personas más solitaria, pero crees que estás conectado con el mundo cuando en realidad no es así, no conoces al 80% de las personas que tienes en Facebook, creo que los smartphones nos han hecho más inútiles y más antisociales. [...] es bien curioso porque, ahora las personas cuando se despide ya no dicen “adiós, bye” ahora dicen “al rato te mando un Whats”. Ya es un limitante el teléfono, igual y ya somos unos esclavos. O que te quedes sin pila, se siente muy feo.</p> <p>Estudiante 3: yo me voy más por el lado de la sociabilidad porque, incluso estar en una plática y ves a alguien con su</p>

	<p>teléfono celular, es molesto, prefiere estar en sus redes y aplicaciones que estar platicando, es más importante estar conversando con alguien por su dispositivo que platicar con alguien frente a frente.</p> <p>Estudiante 2: si te limita en algo en tu comunicación frente a frente, pero también te controla o sea, estás más controlado que antes, ahorita ya con un mensaje ya saben dónde estás o tienes el GPS activado y ya todo mundo sabe dónde estás, es bastante frustrante hasta cierto punto porque no puedes ser libre, hasta las nuevas leyes que salieron te están controlado porque, la tecnología no está comiendo.</p> <p>Estudiante 2: quedarte sin pila es lo peor que te puede pasar...</p>
--	--

Los alumnos mencionan que priorizan el uso del teléfono inteligente en la escuela aunque llegaron a declarar que han existido ocasiones en las que han llegado a utilizarlo en todo momento del día. Además, comentan que invierten su dinero principalmente en planes telefónicos, incluso una alumno llegó a declarar que ella no lo paga, pero asume que es una cantidad algo elevada.

Por otro lado, reconocen que este objeto ha facilitado el acceso a diversas fuentes de información así como mantener un contacto constante con las personas que les interesan a través de espacios virtuales, sin embargo, la utilización de este objeto los ha llegado a cuestionarse la forma en que ha modificando las relaciones sociales puesto que, argumentan que se ha generado una dependencia muy fuerte por parte de las personas hacia este objeto, inclusive llegando a modificar nuestro lenguaje, generando obstáculos comunicacionales, lo que le resulta molesto y preocupante.

Conclusiones

Para los estudiantes de Relaciones Internacionales, los teléfonos inteligentes son reconocibles por sus cámaras frontales y traseras sin embargo, creen que la principal característica que define a un teléfono como inteligente son la falta de límites físicos en la interacción con el objeto, como los botones y la capacidad que el dispositivo puede presentar en la resolución de una o más tareas, expresando estas singularidades a través del sistema operativo y las aplicaciones que pueden desplegar en el equipo. Del mismo modo, consideran que el desarrollo del teléfono inteligente se ha centrado cada vez más en su función de mensajería instantánea, sustituyendo la principal función de un teléfono cotidiano que es, hacer y recibir llamadas, en pro de mantener un acceso constante a internet y el generar los medios suficientes para conectarse a redes sociales con el fin de mantener un contacto constante con sus amigos, familiares y conocidos.

Por otro lado, creen que las aplicaciones son programas que deben de ser diseñadas principalmente para la comunicación y el entretenimiento encontrarlas útiles en la medida en que les permite acceso a internet sin limitantes, una constante conexión a redes sociales y servicios de mensajería instantánea de manera óptima. Sin embargo, consideran que las aplicaciones suponen un problema de privacidad puesto que, algunas interrumpen sus actividades diarias, pueden revelar su ubicación sin su autorización e incluso, dificulta el ignorar algún tipo de mensaje puesto que la misma aplicación señala si leyeron un mensaje o no, aunado a esto, también es un fuerte distractor para ellos.

En ese sentido, consideran que las aplicaciones y los sistemas operativos así como la calidad de las cámaras y pantallas que los teléfonos pueden tener, son motivos bastante significantes para la adquisición de un equipo, además, deben de poseer elementos claros y funcionales como para que su utilización sea lo más intuitiva posible para el usuario. De este modo, declararon que sus teléfonos cumplen estas funciones por lo que se consideran satisfechos con sus equipos aunque, algunos estudiantes llegaron a plantear que consideran a sus equipos un tanto viejo pero no creen que sea necesario sustituirlos.

De este modo, plantearon que para ellos las compañías de teléfonos inteligentes líderes actualmente son Apple y Samsung a través de la línea Iphone y Galaxy respectivamente, mucho de esta percepción se debe a las campañas publicitarias de dichas compañías, argumentan que las compañías promocionan cualidades o valores que puede tener o no el teléfono más que un contexto social, promoviendo elementos e imágenes que aluden a la exclusividad y refinamiento, como es el caso del Iphone. Por otra parte, argumentan que la publicidad así como lo que ellos denominan presiones sociales por parte de colectividades (reales o no)

influyen de manera decisiva en la adquisición de un teléfono inteligente llegando incluso a anteponer otro tipo de prioridades como las económicas.

En ese sentido, los alumnos consideran que si tuvieran el suficiente poder adquisitivo, siempre adquirirían el teléfono inteligente más novedoso y costoso de cada año, tal es el caso de los teléfonos como Iphone o Galaxy, aun así, declaran estar conformes con sus teléfonos actuales, a pesar de que algunos estudiantes creen que sus equipos están un tanto discontinuados, no se encuentran pesando en sustituirlos.

Cabe señalar que los estudiantes reconocen la escuela como un espacio óptimo para la utilización de sus teléfonos sin embargo, declararon que existen ocasiones en las han llegado a utilizarlo todo el día sin importar el espacio en el que se encuentran, aunado a esto, invierten cantidades considerables de dinero en la manutención de su teléfono.

Por esto, los jóvenes de este grupo consideran que si bien, el teléfono inteligente ha generado múltiples alternativas de acceso a la información así como establecer medios de comunicación inmediatos con amigos, familiares o conocidos, también ha modificado la forma en que nos relacionamos con los demás, llegando al punto de cuestionarse si se están aislando de sus conocidos inclusive plantean que ha modificado el lenguaje cotidiano estableciendo barreras comunicacionales que obstaculizan el entendimiento del mundo cotidiano, esto se ve reflejado en una fuerte dependencia de las personas hacia el teléfono inteligente, generando angustia y ansiedad cuando carecen de señal o poca batería.

3.6.4 Análisis del grupo focal de estudiantes de Sociología

Fecha de aplicación: 30 de agosto del 2014.

Número de integrantes: 9

Reinaldo Valdespino – Séptimo semestre (Alumno 1)

Alejandro de la Cruz – Séptimo semestre (Alumno 2)

Edith Rodríguez – Alumna de último semestre (Alumna 3)

Brenda Yanei Basurto – Séptimo semestre (Alumna 4)

Cristiano Bertuchi – Séptimo semestre (Alumno 5)

Miguel Ángel Martínez – Séptimo semestre (Alumno 6)

Notas del grupo: al principio algunos de los integrantes se sentían inhibidos por reunirse por primera vez, gradualmente fueron perdiendo el temor y fueron incorporándose a la plática con breves participaciones aun así, resaltaron las participaciones de algunos estudiantes sobre otros a pesar de las invitaciones constantes del moderador a participar en la discusión.

Cabe señalar que algunos estudiantes se mostraban cansados y distraídos probablemente producto de las actividades realizadas a lo largo del día. El grupo focal se llevó a cabo al final de sus labores académicas de ese día.

De este modo, el grupo focal o de discusión inició con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos, posteriormente se les invito a hacer una breve presentación que incluyera su nombre y el semestre que se encontraban cursando en ese momento. Terminando esto, comenzó la dinámica con las siguientes preguntas:

Batería de preguntas relacionada a los elementos objetivos o culturalmente reconocibles.

¿Qué características de hardware (tangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Los alumnos de éste identificaron los siguientes elementos: Pantalla táctil (touch), cámara, tarjeta de video, tarjeta de red, tarjeta de memoria.	Estudiante 1: “Una motherboard, núcleo ya sea de uno o dos núcleos depende del procesador, depende de las pantallas [...]”

¿Qué características de software (intangibles) configuran un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Programas para descargar música, acceso a información e internet y redes sociales.	Estudiante 5: "que sea rápido, que no se trabe tanto"

¿Para qué sirve un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Entretenimiento, acceso a la información de redes sociales, para uso profesional o de trabajo y uso escolar.	<p>Estudiante 1: "para perder el tiempo" (fue una broma, pero ninguno de los estudiantes discrepó).</p> <p>Estudiante 9: "La mercadotecnia te mete que es para Facebook, Twiter, internet, para el WhatsApp, para jugar, para descargar, para hacer esto o para hacer lo otro, menos para lo que en realidad fue hecho."</p>

Aunque uno de los estudiantes posee conocimientos más técnicos sobre los elementos funcionales de los teléfonos inteligentes, el resto del grupo sobrepone elementos más reconocibles a simple vista tales como las cámaras y pantallas táctiles principalmente. Al mismo tiempo, priorizan los medios de acceso a información proveniente de redes sociales o contenido multimedia (música principalmente) como elementos indispensables de un teléfono inteligente sin embargo, el acceso a dicho contenido debe de ser inmediato y constante. De este modo, los estudiantes conciben en un primer plano al teléfono inteligente como una herramienta práctica tanto para uso profesional como para uso escolar (admiten usarlo para labores académicas como, búsqueda de información, tareas o exposiciones) sin embargo, priorizan y reconocen el uso de este dispositivo con fines lúdicos o de entretenimiento e informativo.

Batería de preguntas relacionadas a la forma en que los estudiantes se relacionan con sus equipos telefónicos³⁰:

Si bien, todos los teléfonos inteligentes apagados son similares ¿Qué define a tu teléfono como tuyo?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Protectores o fundas, personalización de datos personales como contactos y otros elementos modificables a través de programas para el teléfono, contraseñas y medios de seguridad que protejan el dispositivo y el mantenimiento del equipo.</p>	<p>Estudiante 4: Es todo, no? Incluso qué tipo de funda le pones, como caracterizas a los contactos que tienes porque, bueno, a veces muchas veces no les ponemos ahí se llama Sergio, le pusimos chuchito, le ponemos Juancho incluso, muchos apodos como bebe, cariño. Muchas cosas que, otra persona puede llegar a ver tu celular e intentar ocuparlo y decir “esto qué?” por qué, porque lo modificas acorde a tus gustos, de acuerdo a cuantas pantallas quieres, quien quieres que salga como contacto ¿cómo se dice? ...como un hipervínculo y pasarlo a otro lado.”</p>

¿Qué les motivó para comprar un teléfono inteligente?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Por motivos escolares, tener acceso a redes sociales de manera constante, por utilidad en términos generales.</p>	<p>Estudiante 4: En este instante, realmente las clases por que el hecho de estar exponiendo y que puedas ver las diapositivas y muchos otros usos, tomar fotos y decir “solo quiero esta parte” eso es muy bueno, lo de las redes sociales, eso de estar conectado todo el tiempo no me agrada tanto, pero realmente si es bastante cómodo hasta</p>

³⁰ Hay que señalar que las preguntas relacionadas a las Apps o aplicaciones fueron omitidas por no contar con el tiempo necesario para su realización.

	<p>cierto sentido, porque bueno, ahorita es casi la necesidad de todos porque “cómprame un celular para comunicarme contigo” porque, si entras a la clase y no llego, te mando un WhatsApp, pero luego sucede “es que tú no tienes” ahorita todo es comprarlo por que necesitas de Whatsup.</p>
--	---

¿Cuál es su opinión de los manuales de los teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Poco útiles y complejos.</p>	<p>Estudiante 1: “que es inservible, bueno, es que la mayoría de las veces es como que, por ejemplo abres el manual y te explica como quitar la tapa, algo que por lógica ya sabes hacer, yo siento que es mucha información que ya conoces, que no te sirve, bueno yo así lo veo.”</p> <p>Estudiante 4: es práctica y error, ¿no? Ósea, yo me acuerdo que si presionas el botón con el circulito que indica prendido, ya está, y si no funciona, le preguntas a una persona para saber cómo funciona, pero leer el manual yo creo que solo es para poderlo desarmar y verlo por dentro que para poder empezarlo a usar. Siento que es más para poder repararlo</p> <p>Estudiante 9: “[...]también es como un respaldo de la compañía en el caso de que tú hagas un mal uso, no caiga toda la culpa en la compañía, inclusive en muchos vienen hasta la parte de atrás la garantía.”</p>

¿Cuál es la opinión de tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p>Es útil, los satisface por que les permite mantener contacto constante con sus conocidos aunque sean poco prácticos. En términos generales a todos les satisface su celular.</p>	<p>Estudiante 3: “pues, a mí me sirve para lo que necesito y a lo mejor no es el más caro ni el más vistoso posiblemente pero, me sirve por ejemplo para la tarea sino copie algún apunte solo digo, mándame la foto y yo creo que, es indispensable, al menos para mí que, no tenga tantas aplicaciones porque la verdad ni las ocupo, para mi es suficiente con lo que tiene[...]”</p>

Los alumnos plantearon que los elementos que definen la posesión de un teléfono inteligente son expresados a través de cualquier elemento que pueda ser personalizable en el dispositivo, vinculando incluso este tipo de lógica a los datos personales que éste pueda almacenar los cuales pueden ser trasladados a otros equipos.

Por otra parte, argumentaron que el principal motivo por el cual tomaron la decisión de adquirir un teléfono inteligente es de carácter escolar debido a que, sus algunos compañeros de clase de ellos (incluso profesores) han armado grupos de conversación en diversas aplicaciones de mensajería instantánea o redes sociales los cuales, permiten compartir información relevante para ellos por lo cual, dicho motivo se encuentra influenciado por una lógica de inclusión-exclusión, el encontrarse fuera de los grupos formados en los espacios virtuales, puede significar carecer de elementos que les permita interactuar con las colectividades reales.

Aunado a esto, consideran que los manuales de los teléfonos son poco útiles y exageradamente complejos además de ser redundantes puesto que, ellos dicen poseer los conocimientos necesarios para el manejo del teléfono sin embargo, el manual adquiere relevancia en situaciones que salen de su control, como fallos técnicos, llegando a utilizar incluso en su forma de garantía con la empresa.

De esta forma, los estudiantes dicen estar satisfechos con sus teléfonos puesto que satisfacen la necesidad de estar en contacto con sus amigos, familiares y conocidos aunque sean poco prácticos para ellos por lo que, identifican que la calidad de un teléfono se encuentra en función de su precio pero, anteponen la practicidad al lujo.

Batería de preguntas relacionadas con la percepción ideológica proveniente de las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes.

¿Cuáles compañías fabricantes de teléfonos inteligentes son más relevantes para ustedes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Samsung, Sony, Apple, Motorola.	Estudiante 5: “yo pienso que la calidad de los teléfono ahorita es por Sony, pero en cuanto a aplicaciones al sistema que tiene el celular también es Apple, después de allí sería Samsung y Sony.”

Los comerciales o propaganda de dichas compañías ¿con qué los asocian?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Apple lo asocian con avance, Sony con durabilidad y Samsung con velocidad e imagen estética.	Estudiante 1: es que yo creo que la mayoría de las compañías, no le tiran a lo que es televisión, le tiran mucho a lo que es internet, ya hay muchísima publicad por internet, pero ya por televisión es muy raro un anuncio de un teléfono . Estudiante 4: “yo siento que en si la publicidad, no tienen algo como muy marcado, todos los comerciales de casi todas las compañías cuando sacan uno es como el mismo parámetro, no hay algo que digas “todos estos comerciales

	<p>son de esta marca” siento que ya se pierde mucho eso que no tienes a decir “ah pues si me acuerdo que vi esto” pero la verdad no me acuerdo si era de este o era de este, yo siento que no tiene como mucho, esta línea. Ósea, tú ves el celular y es un smartphone, en la familia, no puedes tomarle una foto o mandarle un Whats a tu pareja o a tu hijo o a tus papás, es como el clásico, una fiesta algo que tenga que ver con la temática familiar y algo con la oficina. Entonces siempre es cómo lo mismo, en el mismo comercial, no son como muy tajante en un punto.”</p> <p>Estudiante 2: “yo lo veo más como una cuestión de estatus porque es así como que, tienes un Iphone o algo de la esa marca es como que tienes dinero, aja ósea como que tienes lo mejor o de hecho, yo veo que mucha gente que suele tener esos equipos son gente que... siente que tiene muchísimo al tener un teléfono de esos.”</p>
--	---

Actualmente, para ustedes ¿cuáles son los mejores teléfonos inteligentes?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Iphone y Samsung Galaxy	Estudiante 1: pues yo creo que por la mercadotecnia, siempre te meten la idea de que el Iphone es lo mejor y la competencia del Iphone es el Galaxy, te llenan mucho de que es así y te la crees, ¿no?.

En un caso hipotético, en donde tuvieran bastante dinero para comprar un teléfono inteligente ¿cuál comprarían?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
<p style="text-align: center;">Iphone 6</p>	<p>Estudiante 2: “si yo creo que muchos comprarían, como ahorita se vio en la mayoría, con ese teléfono pero, por el estatus que te da, por que los equipos que salen ahorita, bueno no creo que ellos no sepan lo mal que se está hablando del equipo y sin embargo lo quieren, no es por que digan “no es porque se habla súper bien del equipo, está hermoso, es la novedad, no se parece nada al anterior” no tiene nada que ver con eso, es el estatus que les va a dar el equipo.”</p> <p>Estudiante 1: “ósea, yo creo que si te da estatus el teléfono, pero por ejemplo, tú como papá, a tus hijos les quieres dar lo mejor y sí tienes dinero y le quieres comprar un celular a tu hijo, pues tu preguntas, cuál es el mejor en el mercado, te van a decir que el que tiene más características, más funciones, más velocidad, pues es tal teléfono, ¿no?. Entonces yo creo que no es a veces tanto el estatus sino querer comprar lo mejor.”</p>

Los estudiantes identifican principalmente tres grandes compañías líderes en el mercado de teléfonos inteligentes : Apple, Sony y Samsung sin embargo, no consideran los comerciales televisivos como un elementos publicitario significativos, ellos buscan otros medios para informarse sobre los equipos de estas compañías puesto que, consideran que la publicidad en general busca publicitar la marca misma y no el teléfono, sin embargo, consideran que el teléfono

de Apple contiene una campaña publicitaria fácilmente reconocible la cual, fomenta elementos estatutarios. Sin embargo, identifican a los modelos Galaxy de Samsung primordialmente como la competencia directa del Iphone de Apple, argumentan que los modelos de Samsung tienen mejores características técnicas.

Por otro lado, concuerdan que la mercadotecnia y las campañas publicitarias, han influido en la decisión de adquirir un determinado teléfono a pesar de poder existir otros teléfonos con mejores características técnicas y de menores precios, aunque, si tuvieran los medios adquisitivos suficientes adquirirían un Iphone 6 a pesar de que este teléfono lo vinculan a cuestiones estatutarias en función de elementos innovadores.

Batería de preguntas relacionada a datos complementarios al uso del teléfono inteligente

¿Dónde utilizas más tu teléfono?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
Principalmente en sus hogares y en la escuela.	Estudiante 1: “bueno, yo creo que en tu casa ,no?. Porque en la escuela igual lo guardas, pero en tu casa ya te puedes tirar a usarlo.”

En promedio, al mes ¿cuánto invierten en su teléfono? Incluyendo accesorios, tiempo aire, aplicaciones etc.

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
50,70 pesos.	Estudiante 9: pues hablando de aplicaciones, hay centros de aplicaciones que te las dan gratis..

¿Cómo creen que ha cambiado su vida o entorno cotidiano el uso del smartphone?

Resumen Breve /Aspectos clave	Frases Notables
El teléfono inteligente ha hecho la vida más práctica pero al mismo tiempo, ha	Estudiante 3: “nos hace más flojos, por ejemplo dices “es que no hice mi tarea”

<p>facilitado tanto el acceso a la información y al entretenimiento que se ha convertido en un fuerte distractor para sus actividades cotidianas.</p>	<p>a pero tengo celular, entonces la busco en Google, entonces siento que, ósea si te ayuda en muchas cosas y te hace más práctico pero, caemos en esa línea entre lo práctico y la flojera.”</p> <p>Estudiante 1: “bueno, yo en lo personal, yo siento que a veces, te desconecta mucho de las personas, cuando tu quieres hablar con alguien y esa persona no está conectada contigo, como cuando alguien está hablando contigo, ósea, yo creo que hay un gran problema el que desconecta mucho a las personas y es como mucho más fácil que te mande un mensaje a que me sienta a platicar.”</p>
---	---

Los estudiantes invierten relativamente poco en la manutención de sus equipos, prefieren buscar alternativas más económicas o gratuitas para descargar contenido, conectarse a internet, mantenerse informado de lo que acontece en sus redes sociales y entablar conversaciones textuales a través de diversas aplicaciones puesto que, consideran que éstas últimas son parte constitutiva del teléfono inteligente como herramienta útil para la vida cotidiana, destacando WhatsApp, Facebook, Twitter y cualquier otra aplicación (preferentemente gratuita) que permita la descarga de contenido multimedia, destacando la música.

De este modo, consideran que el teléfono se encuentra entre una delgada línea entre lo práctico, la pereza e indiferencia hacia sus entornos inmediatos. Por una parte, reconocen que es una herramienta práctica para el que hacer escolar sin embargo, resulta un obstáculo molesto al interactuar con otras personas, argumentan que es un fuerte distractor que dificulta la comunicación entre los individuos.

Conclusiones

En resumen, los estudiantes de este grupo, consideran que los elementos indispensables para que un objeto pueda ser considerado un teléfono inteligente en términos físicos o de hardware son: Pantalla táctil (touch), cámara, tarjeta de video, tarjeta de red, tarjeta de memoria. Mientras que, hablando en términos de

software, ellos mencionan que debe de tener: Programas para descargar música, acceso a información e internet y redes sociales, sin embargo, estos elementos deben de ser personalizables con el fin de poder diferenciarlos de otros teléfonos y poder reconocer al objeto como suyo.

De este modo, el principal motivo de adquisición de un teléfono inteligente para estos alumnos, es la utilidad que ven ellos en el teléfono en la realización de tareas escolares cotidianas como exposiciones, lecturas que pueden almacenar y consultar en los dispositivos, entre otras. Por otro lado, ven aun teléfono inteligente como un medio para evitar ser excluidos de la información que puede existir entre los diversos grupos virtuales formados en las redes sociales. Además de considerarse con los conocimientos suficientes para poder utilizarlo sin embargo, no poseen los medios necesarios para poder repararlos.

Por otro lado, consideran que los teléfonos inteligentes son definidos más por la marca que los fabrica que por sus cualidades técnicas. Además, observan que las compañías fabricantes de teléfonos inteligentes más destacables son Apple, Sony y Samsung, siendo la primera, la fabricante de teléfonos inteligentes que más desean, reconociendo al teléfono de Apple como un objeto estatutario pero poco práctico y durable, asimismo, su alto costo les hace considerar su valor como objeto por lo que ellos anteponen la practicidad ante el lujo, esto último, se ve reflejado en la cantidad de dinero que invierten al mes en sus teléfonos, buscan los medios para poder acceder al contenido multimedia e información que puede almacenar su equipo de manera gratuita. En términos generales, argumentan estar contentos con sus teléfonos actuales aunque, desearían que fueran más rápidos en la resolución de algún tipo de tarea o tareas que desempeña el teléfono.

Finalmente, creen que los teléfonos inteligentes han modificado su entorno de una manera cuestionable debido a que, por una lado, este dispositivo se ha convertido en una herramienta muy útil y práctica para la realización de diversas tareas (destacando las áreas del hogar y la escuela) pero, al mismo tiempo, reconocen que los ha vuelto un tanto perezosos por la manera tan rápida a la que pueden tener acceso a la información y resolución de sus deberes, también, ven a este objeto como un distractor y obstáculo para la comunicación cara a cara, priorizando las relaciones virtuales o a distancia aun estando en un mismo espacio.

4 El teléfono inteligente dentro del contexto de la modernidad líquida y las sociedades de consumo

Como se ha planteado en el capítulo primero, los tiempos modernos poseen similitudes con algunas características de los líquidos como lo plantea Bauman las cuales, son carentes de limitaciones temporales y espaciales debido al debilitamiento institucional ante las problemáticas y diversos contextos globales, en donde, los individuos tienen la responsabilidad de constituirse a sí mismo en respuesta a la falta de referentes colectivos tradicionales y claros además de buscar los medios para evitar ser excluidos.

Esta separación ha propiciado que algunas acciones puedan ejercerse sin estar sometidas a limitantes temporales, por lo que, se generan nuevos escenarios arbitrarios e inciertos, dentro de los cuales, generan situaciones en las cuales los sujetos se encuentran inmersos en mares de posibilidades, propiciando sentimientos de angustia e insatisfacción por no poder abordarlas todas, es aquí donde los bienes y servicios adquieren relevancia, puesto que estos se presentan como una solución ante dichos escenarios, intentando domesticar lo incierto a través del entretenimiento.

Sin embargo, es cuando los procesos de producción de bienes y servicios se ven separados de los de consumo, de esta manera, este elemento desplaza a la figura del trabajo como elemento formativo de identidad, ser un ente productivo es irrelevante si no se posee los medios para satisfacer diversas necesidades o deseos. Es así como los deseos o anhelos, se convierten en una parte fundamental y prioritaria de las acciones individuales, sin embargo, su carácter subjetivo los convierte en elementos maleables y poco definibles, por lo que su satisfacción no es total, llegando a formar nuevos deseos que cubran dicha insatisfacción, es en ese punto donde el mercado de bienes y servicios adquiere relevancia, algunos objetos se muestran como medios para la satisfacción de dichos deseos de manera inmediata, generando un ciclo productivo sin fin de productos para cada deseo y deseos para cada producto, volviendo a ambos desechables y fugaces.

La búsqueda de la satisfacción inmediata de los deseos y anhelos, genera una percepción del tiempo en donde cada momento es único y guardan en su interior un mundo de probabilidades dispuesto a explotar, este tipo de percepción propicia un olvido de todo lo que puede ser significativo para los individuos en pro de la búsqueda estos momentos, esto genera una sensación de aceleración acompañada de frustración, es en este punto donde los productos brindan la

oportunidad de acceder a estos momentos a través de la generación de excesos de promesas por lo que, los individuos deben de estar dispuestos a invertir en sus propios deseos a través de estos productos, de este modo, el nivel de consumo así como la velocidad de adquisición de bienes y servicios determinan el grado de satisfacción o incertidumbre que pueden experimentar los individuos.

De esta manera, el auge de los teléfonos inteligentes responde a este contexto con gran eficacia puesto que, al ser producido en estos escenarios, se vuelve un medio de formación de identidad para los usuarios, en el caso de los estudiantes de ciencias sociales, hay algunos de estos llegan incluso a considerarlos parte fundamental de sus actividades diarias, además de que permite interactuar con otros usuarios y tener acceso a información en tiempo real, sin limitantes espaciales, generando un ambiente de posibilidades de acción y de información ya sea para cuestiones prácticas, técnicas o lúdicas pero siempre, con rapidez y fluidez, en casos contrarios genera un sentimiento de frustración. Como lo mencionan algunos alumnos en los siguientes ejemplos:

Cristiano Bertuchi de economía (estudiante 5 de economía, anexos: 2) "puedes tener una tablet como una computadora para checar tus redes sociales, pero poder llevar esto a todas partes como es un teléfono[...]"

Andrés Vásquez de ciencias políticas (estudiante 5 de ciencias políticas, anexos: 3): bueno, yo si necesito algo, donde poder estarme comunicando o estar en contacto con algunas personas también, el uso de Facebook y todo eso, si digo "no pues es que, también no quiero estar nada más en la computadora", puedo estar acostado con el celular comunicándome con las demás personas.

Adrián de relaciones internacionales (estudiante 3 de relaciones internacionales, anexos: 2): "la facilidad de comunicación con las demás personas porque, en cualquier momento te puedes comunicar con cualquier persona, o sea, en todo momento puedes estar conectado a internet[...]"

Eduardo de sociología (Estudiante 5 de sociología, nexos: 4): "Principalmente muy objetivamente es un celular, es para hacer una llamada muy aparte de un lugar fijo para que te puedas estarte moviendo y estarte comunicando"

Por otro lado, este dispositivo permite la compra de aplicaciones o programas que prometen optimizar el funcionamiento del dispositivo o agregarle nuevas funciones, algunas de éstas son gratuitas y otras se encuentra a la venta a través de sus respectivas tiendas virtuales, siempre disponibles en cualquier momento o localidad, siempre y cuando se tengan los medios adquisitivos para obtenerlas, destacan en de éstas, las aplicaciones de mensajería instantánea, música, videos, juegos, aplicaciones para acceder a redes sociales, entre otros software.

Siendo, las aplicaciones de redes sociales y mensajería las más usadas puesto que, estos espacios virtuales se actualizan constantemente, dando la sensación de que a cada momento existirá algún tipo de información que promete ser relevante para el usuario, sumergiéndolo en un mar de contenido en ocasiones breve irrelevante pero entretenido.

De este modo y gracias al internet, el cuál proporciona actualizaciones constantes de información, permite al teléfono inteligente presentarse como la respuesta adecuada al deseo de estar en constante comunicación por parte de los individuos, generando la sensación de que cada momento fuera de los espacios virtuales o que no se encuentren comunicados, pueden estar sucediendo eventos relevantes aunque también, una forma de afrontar el deseo de estar constantemente actualizado y no poder hacerlo es a través del entretenimiento que proveen algunas aplicaciones, dichos programas permiten enfocar toda la concentración en alguna actividad con el fin de evitar el aburrimiento o la frustración de no poder acceder a dichos espacios virtuales.

4.1 La relación del teléfono inteligente y el consumo

Por otra parte, vemos que para que un objeto sea considerado como objeto de consumo (como lo explica Baudrillard), el valor de cambio social (o signifiante) debe de sobreponerse al valor de cambio, de esta manera, los elementos socialmente reconocibles se ordenan en un discurso más o menos coherente expresado a través de cuatro tipo de lógicas (funcional, económica, ambivalente o de don y estatutaria), las cuales, según los datos recabados por parte de los estudiantes de ciencias sociales así como del teléfono mismo, permiten asociar estos elementos de la siguiente manera:

Lógica funcional	Herramienta comunicacional e informativa.
Lógica económica	Existen objetos para cada nicho de mercado, incluyendo algunos sumamente costosos.
Lógica del don o ambivalente	Es un mal necesario.
Lógica de signos	La adquisición de algunos teléfonos inteligentes como los Iphone (principalmente) se debe a cuestiones estatutarias más que a sus capacidades técnicas.

De esta forma, se puede apreciar que el teléfono inteligente se antepone a los demás teléfonos convencionales como objeto de consumo puesto que éstos no sacian una única necesidad objetiva (contestar/recibir llamadas) de otro modo serían simples utensilios. Esto se ve reflejado en el mensaje discursivo que proyecta el cuál no habla del objeto mismo y al mismo tiempo el objeto no hace referencia al mensaje, es decir, los elementos y escenarios ideológicos que muestran las campañas publicitarias de una marca en particular al hablar de su teléfono, son más que una fantasía relacionada a las funciones reales del objeto, convirtiendo al teléfono en un simulador de sí mismo ya que la utilización que le dan los usuarios es muy diferente a los valores y escenarios que muestran las compañías que los fabrican expresados a través de la marca, de esta forma la marca no habla del teléfono sino de los sujetos a los cuales quiere venderles su producto (crean su propia demanda) y los compradores se esfuerzan en ser como los cánones de comportamiento que proyectan las marcas.

En ese sentido Baudrillard plantea que existen dos tipos de necesidades, las primarias que son esenciales para vivir y las secundarias que son de carácter socio cultural, sin embargo, la necesidades mínimas son definidas por los excedentes. En el caso de los celulares, los teléfonos inteligentes más costosos y con funciones tecnológicas más avanzadas, definen a los menos óptimos y menos caros a través de la ausencia de funciones y hardware, lo que propicia que algunos sujetos se reúsen o tarden en adaptarse a dichos objetos y cánones de uso colocándolos en escenarios de inclusión y exclusión, como lo mencionan los alumnos:

Cristiano Bertuchi (estudiante 5 de economía, anexos: 2,3): yo si cambié porque todos tenían un teléfono inteligente y el WhatsApp principalmente o no tienes Instagram y no subes imágenes, no es porque me vea forzado ha, [...]ya es un poco más necesario cuando convives con un entorno donde solo se ocupa eso, por eso me motivó a comprarlo.”

Walter (Estudiante 8 de ciencias políticas, anexos: 4): “en sí, a mí me obligaron a tener uno, yo estoy un poco en contra de eso de usar celular, pero, más que nada mis padres me dijeron “debes usar celular para estar comunicados. Cualquier cosa que te llegue a pasar o te queramos contactar por alguna emergencia ” , pero, no me agrada mucho.”

Miguel (Estudiante 5 de relaciones internacionales, anexos: 9): “[...]Difícilmente vas a encontrar alguien que diga “huy, me lo robaron, sigamos con nuestras vidas” , antes de seguir mi vida me compro otro celular, así empeñe toda la tarjeta, pero sin teléfono no me puedo quedar.”

Lucia (Estudiante 4 de sociología, anexos: 9): “[...]ahorita es casi la necesidad de todos porque “cómprame un celular para comunicarme contigo” porque, si entras a

la clase y no llego, te mando un Whatsup, pero luego sucede “es que tú no tienes” ahorita todo es comprarlo por que necesitas de WhatsApp.”

4.2 El teléfono inteligente en el sistema de los objetos y sus elementos objetivos, subjetivos e ideológicos

Existe un antes y después en la producción de objetos tradicionales y modernos, definidos por su grado de industrialización, sin embargo, los objetos más tradicionales estaban hechos para ejecutar una función en particular acorde a la anatomía del cuerpo humano, desarrollando gestos característicos de uso (como el teléfono fijo) además de poseer una correcta forma de utilización. Sin embargo, en el caso del teléfono inteligente al ser un objeto más industrializado, son fabricados en serie lo cual los hace desechables, al mismo tiempo que se consideran multifuncionales por lo que, son poco claros en establecer una correcta forma de uso, por lo que depende del usuario definir esto.

Miguel Ángel Martínez (Alumno 6 de economía, anexos:2): “El teléfono inteligente está en función del usuario y como lo va a utilizar y lo práctico que va a ser.”

Mauricio (Estudiante 3 de ciencias políticas, anexos:2): “bueno, actualmente, no le damos un uso correcto, normalmente lo usamos, como decía un compañero, para presumir en las redes sociales porque, solamente que una persona que tenga un trabajo de oficina o un empresario que tenga la necesidad de estar mandando o recibiendo documentos, para eso sería mejor el uso de un teléfono inteligente...”

Miguel (Estudiante 5 de relaciones internacionales, anexos:2): “de hecho yo, para lo último que uso el celular es para hablar y está muy comprobado, anteriormente el teléfono servía para hacer llamadas pero, cualquier persona que tiene un plan se puede dar cuenta que lo menos que hacen con el teléfono es llamar.”

Daniela (Estudiante 8 de sociología, anexos:3): “Si lo vemos desde nuestro puto de adolescentes, así como un aparato de entretenimiento, si ya lo vemos del lado profesional como para facilitar el trabajo comunicarte más rápido, desplazar información, más rápido.”

Entonces, podemos observar que el teléfono inteligente se muestra como un objeto desestructurado pero no reestructurado, es decir que sus partes no pertenecen a un todo o dependen de otros objetos para su principal funcionamiento (como los objetos tradicionales) sino más bien, hay un “todo” o una cantidad significativa de objetos y servicios que responden a sus funciones y que son creadas para su utilización principalmente, las aplicaciones serían un buen ejemplo pero, ya podemos encontrar códigos QR en diversas partes de la ciudad o

papeles burocráticos (como los recibos por honorarios) que pueden ser leídos por un teléfono inteligente.

Aunado a esto, la capacidad organizacional con la que se presentan, generan sensaciones de movilidad pero, esta sensación es producto de la liberación de las funciones del teléfono inteligente, es decir, sus funciones si bien pudieron haber sido creadas para este objeto, se pueden encontrar en otros. Sin embargo, todos estos elementos no se presentan de manera unificada, la presentación discursiva de los objetos de consumo se pueden analizar en tres diferentes aspectos, objetivos, subjetivos e ideológicos. De esta forma, las cualidades objetivas o racionales del teléfono inteligente son aquellas que son culturalmente reconocibles en este caso, los estudiantes identifican que el teléfono inteligente está configurado principalmente por una pantalla táctil, cámaras frontales y traseras y acceso a internet, sin embargo, estas cualidades son un tanto genéricas, es en el funcionamiento en donde se determina a un objeto como teléfono inteligente:

Cristiano Bertuchi (Alumno 5 de economía, anexos. 1): “Yo creo que es el software, el hardware sigue siendo lo mismo, no han innovado en nada más que... a diferencia de los teléfonos en los noventas y en los dos miles era solamente la cámara y nada más lo que es la pantalla a color pero, el software es ahorita lo que más vale, las actualizaciones se hacen en cada dos meses, cada tres meses y solamente los avances que vamos a ver conforme al hardware son cada año, entonces las configuraciones que es lo que más hace a un teléfono inteligente, para mi punto de vista sigue siendo el software como, las aplicaciones, la interfaz, que es lo que hace a un teléfono inteligente.”

Andrés Vásquez (Estudiante 5 de ciencias políticas, anexos: 1): “bueno, en términos físicos, bueno ya la mayoría son de pantalla táctil, la mayoría presentan esa característica.”

Adrian (Estudiante 3 de relaciones internacionales, anexos:1): aparte, debe de tener hasta cierto punto, el mayor contenido de facilidades para su uso, o sea, por ejemplo, la cámara o por ejemplo, que traiga reproductor de música, que traiga aplicaciones para salud, que en vez de traer un reloj especial para ir a correr, que el mismo celular lo traiga, o sea, eso es la configuración de lo que hace un smartphone.

Edgar (Estudiante 1 de sociología, anexos: 3): Fue creado como una herramienta pero es para lo que menos se usa.

Por otro lado, Baudrillard también reconoce que los objetos al configurar un espacio, determinan la acciones a llevar a cabo den dicho espacio, sin embargo, el teléfono inteligente fue creado para no depender de un espacio fijo para su funcionamiento por lo que, propicia que las funciones que este dispositivo ejerce

en un espacio configurado, genere alteraciones, es decir, inhibe las limitaciones culturales ya establecida en dichos espacio, un ejemplo de esto son las escuelas, es muy recurrente ver que los alumnos o profesores dejan de prestar atención a sus funciones en el momento que el teléfono inteligente llama su atención o hablar cara a cara con algún familiar o amigo en un hogar, café o bar, se vuelve molesto cuando uno o varios de los sujetos enfocan sus intereses a los sucesos o notificaciones provenientes del teléfono inteligente como lo mencionan los alumnos:

Cristiano Bertuchi (Estudiante 5 de economía, anexos:7)”no tengo mucho tiempo con el teléfono, apenas como 6 meses y mis papas dicen: oye, nada más desde que tienes el teléfono estás con esa chingadera todo el día.”

Walter (Estudiante 8 de ciencias políticas, anexos: 10):[...] “yo soy de esas personas que les gusta irse a sentarse al pasto y leer un libro y que me estén molestando todo el día “oye, dónde estás, oye, qué estás haciendo, oye, te necesitamos aquí” es sumamente estresante, lo analizo y me pongo a observar a los compañeros y las personas que van todo el día con el teléfono en el metro, en el transporte público.”

Adrian (Estudiante 3 de relaciones internacionales, anexos:8): “incluso estar en una plática y ves a alguien con su teléfono celular, es molesto, prefiere estar en sus redes y aplicaciones que estar platicando, es más importante estar conversando con alguien por su dispositivo que platicar con alguien frente a frente.”

Sandy (Estudiante 2 de sociología, anexos:18): “Incluso yo estoy en clase y a mí me hablan y no me importa de lo que estoy hablando y es que estoy en el celular, yo siento que soy más de las que molesta a los demás.”

Dulce (Estudiante 6 de sociología, anexos:17): lo mismo, yo soy de las que no hacen la tarea y llega la profesora y está pasando lista y estoy así con el teléfono haciéndola.

Así mismo, también tenemos que considerar que parte de estas alteraciones a la subjetividad produce en ciertos espacios es debido al multifuncionalismo que presenta, el cual hace más difícil entender sus capacidades sociales como objeto por otro lado, ésta característica genera la necesidad de buscar aplicaciones o accesorios que puedan cubrir cada necesidad que vaya surgiendo en el día a día de los individuos, lo que genera una sensación de ausencia de límites al menos, al menos hasta que dicha característica sean obstaculizadas, en caso contrario se ve como un objeto obsoleto o como una fuente de frustración.

Adrian(Estudiante 3 de relaciones internacionales, anexos:9): “las dos peores cosas que te pueden pasar es; quedarte sin pila o que se te vaya la señal.”

Eduardo (Estudiante 5 de sociología, anexos:15):yo creo que mi celular no me satisface en un 100% para lo que realmente lo voy a ocupar que es llamar y estarme comunicando, si me puedo meter a internet y tengo acceso a redes sociales y bajar información, pero no me sirve mucho porque no es práctico, a veces se le baja muy rápido la pila.

Ariadna (Estudiante 7 de ciencias políticas, anexos:7): mi teléfono si sirve solo para lo básico, aunque ahora ya está fallando un poco y en algunos lugares no me llega la señal y a veces cuando quiero conectarlo a internet, no me lo permite, ya quiero cambiarlo.

Por otro lado, para Baudrillard los elementos subjetivos se ven representados a través de las funciones principales que detentan todos los objetos: ser poseídos o ser utilizados, la primera se encuentra determinada por los valores que se le asignan al objeto de manera personal, mientras que la segunda solo es apreciable en términos económicos. Esto se debe principalmente a que los objetos pueden representar el dominio de determinados valores sobre el tiempo, como los son los objetos antiguos, adquiriendo la característica de únicos en su tipo, sin embargo, los objetos modernos son reemplazables y desechables.

Sin embargo, el teléfono inteligente posee una característica intermedia, por un lado, es desechable sin embargo, la capacidad de ser personalizable le permite al usuario otorgarle valores reconocibles para él, imágenes, música, fotografías, personalización de datos personales etc. Todos estos factores permiten la posesión del objeto y reconocerlo como un bien privado.

Brenda Yanei (Estudiante 4 de economía, anexos:2): también puede ser el sistema operativo que se diferencia entre todos los usuarios y la otra las herramientas a las que tú le das preferencia al teléfono, si utilizas más ciertas aplicaciones por tu trabajo por la escuela o por diversión eso lo hace como parte de ...las cosas personales, por ejemplo, dentro de la galería, tu puedes configurar las imágenes de tu teléfono ya sea para mostrárselo a alguien o porque quieres verlo por verlo o simplemente por que necesitas tenerlo en algún sitio.

Lucia (Estudiante 4 de sociología, anexos:5): Es todo, no? Incluso qué tipo de funda le pones, como caracterizas a los contactos que tienes porque, bueno, a veces muchas veces no les ponemos ahí se llama Sergio, le pusimos chuchito, le ponemos Juancho incluso, muchos apodos como bebe, cariño. Muchas cosas que, otra persona puede llegar a ver tu celular e intentar ocuparlo y decir "esto qué?" por qué, porque lo modificas acorde a tus gustos, de acuerdo a cuantas pantallas quieres, quien quieres que salga como contacto ¿cómo se dice? ...como un intervínculo y pasarlo a otro lado.

Aunque hay que tener en cuenta que, este nivel de personalización solo es posible en la medida en que el objeto lo permita puesto que, al producir nuevos modelos

más avanzados en términos tecnológicos y cada vez más frecuentes, los valores discursivos que los individuos pueden plasmar sobre su objeto se encontraran en función de los nuevos cambios y límites tecnológicos (el surgimiento de nuevas generaciones tecnológicas), generando una sensación de obsolescencia, sin embargo, al mismo tiempo que se presentan estos cambios, los valores compartidos por una cantidad significativa de usuarios influyen en estos procesos de innovación, es en este punto donde se pueden reconfigurar los elementos objetivos de los objetos, en este caso el del teléfono inteligente.

Finalmente, la parte ideológica expresado en el teléfono inteligente se ve representada en las características deseables para este objeto, ajenas a su funcionalidad, esto es debido principalmente al nivel de automatismo que presenta este objeto, es decir, el nivel de funcionalidad que posee sin depender de una interacción directa con el usuario, aunque, el nivel de automatización hace que dicho objeto se encuentre en niveles tecnológicos cada vez más indefinibles para aquellos usuarios que no posean un lenguaje técnico relativo al mundo de la telefonía móvil, permitiendo diversos procesos de idealización expresados a través de medios publicitarios.

En ese sentido, la publicidad se convierte en el espacio donde se plasman aquellas cualidades deseadas para el objeto de maneras cada vez más seductoras, al mismo tiempo que genera escenarios sumamente deseables y reconocibles para el espectador, produciendo elementos satisfactorios o de culpabilidad.

Sin embargo, el lenguaje publicitario se expresa a través de signos, omitiendo conceptos complejos relacionados al funcionamiento de los objetos, permitiendo múltiples niveles de interpretación, legitimándose a través de acciones sociales mostradas por colectividades virtuales (principalmente) o reales.

Andrés Vásquez (Estudiante 5 de ciencias políticas, anexos: 5):yo recuerdo un comercial de Sony que es del nuevo Xperia, en donde están las chavas y se van de vacaciones y están tomándose fotos y aparece la leyenda “la mejor resolución en cámara” “como graba tus momentos especiales” realmente va dirigido a eso, al entretenimiento de las personas, así como llamarte la atención y digas “a mira, con ésta cámara si saco buenas fotos, necesito ese celular”.

Miguel (Estudiante 5 de relaciones internacionales, anexos: 3,4): yo creo que la propaganda siempre la van a usar las empresas para hacer ver más fuerte su ... para sobresalir sobre las demás con base en las fortalezas que tiene, porque, cada smartphone es diferente, entonces por ejemplo, Apple, los Iphone, cuando los anuncian, siempre van ligados a la elegancia, o sea, nunca vas a ver que en algún comercial de Iphone, salga un tipo gritando, los comerciales de Iphone siempre te ponen el teléfono, te lo enfocan y lo giran, entonces tu lo vez y dices “ese teléfono

no es para mí, ese es para gente de clases altas, refinadas”. Entonces tu vez un comercial de Sony, es muy juvenil, con sonido, la música y todo eso, entonces, como que te identifican y a lo mejor no lo compras, pero en la propaganda te sientes identificado.

Entonces, el discurso publicitario de los teléfonos inteligentes muestra escenarios reconocibles para los estudiantes, relacionados a situaciones únicas e irrepetibles que puede ser capturadas como forma de expresión del dominio sobre el tiempo a través de las múltiples funciones que tienen los teléfonos inteligentes, especialmente por fotografías y videos, sin embargo, estos escenarios muchas veces son exclusivos, alejándolos aun más de su realidad inmediata como consumidores pero, señalan que estos eventos poco a poco son sustituidos por la marca y funcionalidades ideales dentro de la publicidad.

De esta manera, la relación del teléfono inteligente con el usuario, es una relación mutuamente reestructurante, por un lado, permite una relación de posesión a través de la incorporación de elementos valorativos por el individuo a través de los elementos personalizables del objeto, sin embargo, el nivel de personalización está limitado a las características técnicas y reconocibles del objeto, dichas características son cada vez menos ergonómicas, reflejando la conciencia del individuo sobre el objeto pero, al mismo tiempo independizándolo de él puesto que, las funciones del teléfono inteligente pueden ejecutarse sin la interacción directa del usuario, generando un sentimiento de dependencia disfrazado de otro de falta o ruptura de límites.

Al mismo tiempo, los elementos publicitarios incorporan niveles discursivos más fantasiosos y seductores pero reconocibles aunque resaltan la figura de la marca de cada teléfono, legitimando los discursos y comportamientos mostrados al público a través de colectividades virtuales. Sin embargo, estos escenarios para los estudiantes de ciencias sociales son demasiado descontextualizados pero, reaccionan ante los estereotipos que evoca las marcas como tal, resaltando la exclusividad y comportamientos estatutarios, principalmente provenientes de Apple.

4.3 El teléfono inteligente como objeto de uso

Finalmente y como se ha planteado con anterioridad, el consumo se vale de la manipulación de elementos significantes que constituyen a los objetos, a través de elementos objetivos, subjetivos e ideológicos, en este caso el teléfono inteligente. De esta forma, tenemos que plantearnos que dicho objeto, es representativo del modo de vida de diversas sociedades actualmente, reflejan usos y costumbres de diversos sectores de éstas, siendo este objeto en particular un objeto de uso, es

decir, es una unidad significante y comunicacional de signos. Esta es la principal diferencia entre un utensilio cotidiano y un objeto de uso como el teléfono inteligente.

Esta diferenciación se produce cuando el objeto en cuestión llega a sus límites funcionales para los cuales fueron creados y se ven modificados con el uso cotidiano que le otorgan los usuarios, modificando su significado y su apreciación expresados a través de elementos denotativos y connotativos. Los elementos denotativos son aquellos que se relacionan entre el significante y el significado, es decir, la forma en cómo aprecian los usuarios al teléfono así como el su sentido de uso o su justificación existencial, mientras que los elementos connotativos son aquellos que plantean su forma de uso.

En el caso del teléfono inteligente, la principal función es hablar y recibir mensajes, a través, expresadas principalmente a través de una pantalla táctil la cual resume sus funciones en el menor número de botones físicos posibles, además de consolidarse como un medio de acceso a internet. De esta forma, los estudiantes de ciencias sociales identifican los siguientes elementos del teléfono inteligente como características significantes:

Objeto:	Teléfono inteligente
Función:	Hablar, recibir mensajes, acceder a internet.
Elementos denotativos:	Pantalla táctil, cámara frontal y trasera.
Sintagmas (elementos funcionales):	Programas que permitan reproducir música y video, acceso a redes sociales, toma de fotografías, audio y video, enviar y recibir mensajes de manera instantánea.
Ejes sintagmáticos:	Accesorios, aplicaciones, configuraciones personalización de datos personales y funcionales del teléfono, procesadores, tarjetas de red.
Interpretación connotativa:	Objeto comunicacional.
Características materiales, estéticas o prácticas	Teclado físico (con múltiples botones), lámpara y durabilidad, lentitud.
	Pantalla táctil de alta o media definición, fragilidad, velocidad.
Tipo de objeto:	Teléfono inteligente anticuado y barato.
	Teléfono inteligente moderno y estatuario.

De esta forma, se puede observar que las capacidades simbólicas no solo nos remiten a elementos que denotan la funcionalidad del teléfono, sino que también,

a aquello que nos permite identificarlos, reproducirlos (en términos de características a otros objetos) y transformarnos en el mundo cotidiano.

Reinaldo Valdespino (Estudiante 1 de economía, anexos:3): principalmente, Apple es exclusividad, para gente de mayores ingresos.

Mauricio (Estudiante 3 de ciencias políticas, anexo: 5): más que nada, el de oficina era el Black Bery, porque, cuando salió el Black Bery, salía el chavo corriendo a la oficina mandando documentos, fueron de los primeros que empezaron a tener acceso a internet, pero yo tengo esa imagen de que, un teléfono para un empresario, Black Bery.

Adrián(Estudiante 3 de relaciones internacionales, anexos:4): incluso, las mismas compañías, hacen una división de estatus o de clase, en gama baja, gama media y gama alta, incluso, los de gama baja son los celulares que cuestan 300 pesos con lamparita y cosas así, bueno, ya de allí para arriba igual y también allí están los Motorola.

Por otro lado, el teléfono inteligente representa la concentración de múltiples acciones sociales, expresados a través de mensajes reconocibles por diversos individuos o grupos sociales pero, simplificados tanto en uso (casi intuitivo) como en función, configuran nuestros entornos cotidianos generando una imagen cultural que establecen límites de acción en función del entorno del usuario y las actividades estéticas o culturales que proyecte éste hacia el objeto.

Miguel (Estudiante 5 de relaciones internacionales, anexos:1): se supone que para un teléfono sea inteligente, entre más cosas pueda hacer por sí solo, se le consideraría un teléfono inteligente porque si no, sería un teléfono cualquiera. Entonces, obviamente, entre menos esfuerzo tú hagas para utilizarlo es lo que lo hace inteligente, entre menos botones, las dos cámaras, que todo sea táctil y que implique menos esfuerzo.

El teléfono inteligente, al ser una imagen de la vida cotidiana, necesita un campo de producción y circulación de los elementos significantes que lo conforman para poder ser reconocible, un espacio donde dichos elementos se reproduzcan, este espacio es el mercado, lugar donde los individuos pueden interpretar estos mensajes e identificarse con los objetos como consumidores, a través de elementos objetivos, subjetivos e ideológicos que influyen la decisión de adquirir o no este dispositivo.

Conclusiones

Esta investigación se inició a través de la formulación de diversos cuestionamientos referentes a la existencia de un objeto como el teléfono inteligente en múltiples escenarios sociales (reales y virtuales) diseñados para ejercer sus funciones, tanto en ámbitos académicos, laborales, personales, burocráticos, publicitarios, lúdicos, etc., aunado a la influencia teórica de autores tales como Bauman y Baudrillard principalmente referente al consumo de bienes y servicios. Dichos cuestionamientos permitieron el planteamiento de las primeras preguntas que dieron origen a esta investigación:

¿Cuáles son los elementos que constituyen al teléfono inteligente como un objeto de consumo? ¿es resultado del incremento constante de deseos y las posibilidades de adquirir objetos, servicios, accesorio entre otros muchos elementos relacionados a dicho objeto, mediante la manipulación sistemática de las necesidades a través de los elementos significantes que lo constituyen y legitiman como objeto de la vida diaria?

Acorde a lo respondido por los estudiantes de Ciencias Sociales, se puede observar que para estos cuatro grupos focales los componentes que definen al teléfono inteligente como objeto de consumo se encuentran vinculados a los elementos subjetivos que determinan la posesión de este objeto, relacionado a la adquisición de éste como una fuerte necesidad social sobre la económica la cual, no solo se fundamenta a través de elementos estatuarios sino también a través de una lógica utilitaria, reconociendo que hay teléfonos inteligentes que pueden determinar el posicionamiento social de una persona sin embargo, esto pasa a segundo plano al hablar de su utilización puesto que si no se tienen los conocimientos que los estudiantes consideran adecuados para su uso, el teléfono se convierte en un objeto costoso pero poco práctico, separándose de otros teléfonos más sencillos que pueden cubrir una necesidad objetiva de comunicación (como contestar y hacer llamadas).

Esto es debido a que los estudiantes al reconocer algunos valores estatuarios relacionados al costo de los teléfonos así como a su capacidad y contenido que puede almacenar o ejecutar, lo convierte en un bien deseable producto de la constante renovación (asombro por lo novedoso) de este artículo (no solo términos técnicos) así como la forma en que sus elementos se presentan en el mercado, por lo que este objeto se configura a través de formas difícilmente definibles fuera de un lenguaje tecnológico y por ende poco objetivo, trasladando su imagen al campo subjetivo es decir, al de los deseos, fantasías o anhelos.

Por otro lado, los elementos socialmente reconocibles en dicho objeto, permiten un nivel de personalización acorde a los gustos y conocimientos de los estudiantes

los cuales, responden a una lógica multifuncional que intenta monopolizar todas las posibles actividades cotidianas de los individuos a través de este objeto, generando cánones tanto comunicacionales como de comportamiento. Estos elementos permiten discernir entre un utensilio que puede responde a una necesidad objetiva y un objeto de consumo difícilmente definible que obedece a deseos y anhelos de carácter subjetivos.

De esta forma, estos elementos indefinibles trasladados a campos subjetivos, son utilizados y explotados por diversas compañías, principalmente Apple, Samsung y Sony, siendo éstas tres las más reconocibles por parte de los estudiantes aunque, la publicidad de dichas compañías expuesta a través de conceptos o imágenes relacionados a la diversión o a la juventud no son relevantes para los estudiantes pero, si lo son aquellos elementos que configuran al teléfono y que prometen ejecutar diversas funciones más rápido y con mejor calidad respondiendo al anhelo de los usuarios de no encontrarse atados o detenidos por la capacidad funcional del equipo.

Estos argumentos, nos permiten partir y generar una respuesta a la segunda pregunta que se planteó, la cual es:

¿Cuáles son los elementos significantes o sintágmicos que configuran un Smartphone como un elemento de la vida cotidiana entre los individuos?

Bajo la perspectiva de Pineda Cruz y Pineda Repizzo en función de lo planteado por los estudiantes en los grupos de discusión, se pudo observar que para los estudiantes la función principal de un teléfono inteligente es la comunicación constante e instantánea, sin limitantes tanto espaciales o temporales. Por otro lado, este objeto debe de poseer una pantalla táctil, así como cámaras y acceso a internet para ser considerado como “inteligente”, mientras que las fusiones que debe de desempeñar este objeto no solo responden a cuestiones comunicacionales sino también lúdicas que permitan la personalización de los datos que almacene el teléfono. Finalmente, consideran que el grado de libertad, personalización y velocidad con la que responde este dispositivo a los gustos, necesidades y anhelos de los estudiantes, determinan su valor tanto económico como estético.³¹

Cabe señalar que estos elementos también fueron asociados por parte de los estudiantes en escenarios cada vez más descontextualizados y fantasiosos, encontrados comúnmente en las seductoras campañas publicitarias tanto de las

³¹ En el capítulo anterior, se puede encontrar una tabla que contiene éstos elementos más detalladamente.

compañías telefónicas (distribuidoras) como los fabricantes de teléfonos inteligentes sin embargo, dichas campañas para los estudiantes son cuando mucho entretenidas y no las consideran como elementos que influyeran su decisión al momento de adquirir un teléfono inteligente, prefiriendo informarse a través de comentarios o reseñas encontradas en internet o por conocidos. Esto para los estudiantes es debido a que la publicidad buscan vender su marca más no su producto.

Por otro lado, la dinámica de grupo focales, permitió captar elementos que de manera individual no habría sido posible, tal es el caso del grupo focal de Ciencias Políticas, el cual consideró que los elementos que constituyen a un teléfono inteligente responden a la necesidad de estar en constante comunicación, reconocen que existen elementos estatutarios relacionados al costo y al tamaño pero, son los datos personales que almacena el dispositivo los que definen al teléfono como propiedad de alguien. Finalmente consideran que es una herramienta útil aunque algunas de sus funciones son ornamentarias o estéticas, pero creen que ha generado entornos que les hacen cuestionarse si los ha hecho menos sociables en términos de relaciones cara a cara.

Por otra parte, el grupo de Economía mostró un posicionamiento discursivo más racional referente a la configuración de sus entornos a través de elementos que se relacionan al teléfono inteligente, creen que la forma en que se apropian de este objeto así como las cualidades de software que posee, se ven reflejadas en su uso. Por otro lado, consideran que la información a la cual tienen acceso a través de este objeto es útil y prioritaria puesto que, pueden llegar a sentirse excluidos o en un escenario de desventaja. También reconocen la existencia de diversos nichos de mercado en los cuales, sobresaldrá siempre algún teléfono en particular a pesar de no ser producto de las grandes marcas globales por eso, ellos consideraron adquirir su teléfono en términos de costo y beneficio. Por último, argumentan que el teléfono inteligente se ha constituido como una herramienta útil que facilita el acceso a la información pero limita la comunicación fuera de los espacios virtuales.

En el caso del grupo de Relaciones Internacionales, éste identificó con más veracidad los elementos significantes del teléfono inteligente ya que ellos fueron el grupo que más recursos económicos invierten en sus equipos sin cuestionarse en términos racionales los beneficios que este puede traerles. Creen que el teléfono inteligente se define por la monopolización de acciones humanas cotidianas así como la falta de limitantes físicas tanto para su funcionamiento y de interacción, priorizando su uso como medio de comunicación no verbal sino escrita a través de espacios virtuales pero, esto ha generado para ellos una pérdida de privacidad.

Por otro lado, consideran que los elementos publicitarios son determinantes para ellos al momento de adquirir un teléfono inteligente llegando incluso a anteponer otro tipo de necesidad por la adquisición de un teléfono reciente.

En función de lo dicho anteriormente, los estudiantes observan que a pesar de ser una herramienta útil en su vida cotidiana, pueden encontrarse en ambientes de frustración y ansiedad si se interfiere su funcionamiento ya sea por falta de acceso a internet o por no tener batería suficiente para su funcionamiento.

Por último, el grupo de Sociología, plantea que los elementos de hardware y software, así como el nivel de personalización y los datos personales que puede almacenar este dispositivo de manera estructurada, determinan la pertenencia de este objeto. Argumentan que es una herramienta indispensable para el ámbito académico además de ser muy útil para la localización de información de su interés sin embargo, generan escenarios de exclusión por lo que intentan encontrar diversos medios de acceso a internet de manera gratuita.

Reconocen algunos teléfonos inteligentes como objetos estatutarios, pero no es de su interés ya que, priorizan el funcionamiento sobre el reflejo posicional de clase que éste puede mostrar a los demás.

A pesar de reconocer al teléfono inteligente como una herramienta versátil, creen que los ha vuelto más perezosos por la rapidez y facilidad con la que se accede a las herramientas que pueden solucionar algún problema de su entorno cotidiano, además, consideran que ha fomentado que los individuos prioricen la interacción virtual sobre la real.

Finalmente, la última pregunta fue planteada en los siguientes términos:

¿Cómo es que los usuarios se perciben a sí mismos y a otros como usuarios de teléfonos inteligentes acorde a su utilización?

Para responder a esta pregunta, se realizó la búsqueda de datos relacionados a la constitución de perfiles de usuarios que utilizan estos objetos, lo que permitió generar una visión más amplia de la forma en que se utilizan y se perciben estos objetos, identificando cinco categorías generales: básicos, inquietos, sociales, prácticos y expertos. Siendo las categorías de inquietos y sociales las más cercanas a los estudiantes aunque, también existieron comentarios y percepciones por parte de algunos alumnos que muestran que ellos conviven y reconocen a otras personas o así mismo en ocasiones como prácticos y expertos.

Sin embargo, estas categorías a pesar de ser interesantes, al ser planteadas desde una perspectiva de marketing, deja fuera algunos aspectos socio culturales como los escenarios que configuran la utilización del teléfono inteligente.

Es así como se encontró que los estudiantes de Ciencias Sociales vinculan el uso del teléfono inteligente principalmente como medio de acceso a información de amigos, familiares, conocidos o personas por las cuales se sientan interesados a través de diversos espacios virtuales, se visualizan como constantes emisores y receptores de dicha información, la cual solo está editada y publicada acorde a los individuos que participan en ella, ya sean conocidos o desconocidos para los alumnos, esto propicia la creación de sentimientos de exclusión e inclusión así como de aislamiento, generando frustración o ansiedad si dicho flujo de información es interrumpido.

Dado que las preguntas iniciales fueron respondidas exitosamente para esta investigación, recaudando datos tanto de uso como de percepción relacionados al teléfono inteligente, se puede decir que los objetivos para este estudio fueron cumplidos satisfactoriamente, cabe recordar que los objetivos planteados para esta investigación fueron :

- Describir los valores significantes o sintágmicos que los individuos identifican o relacionan con un smartphone.
- Establecer los elementos objetivos, subjetivos o ideológicos que influyen la toma de decisión de la adquisición de un teléfono inteligente.
- Determinar la forma en que los individuos se perciben así mismo y a otros siendo usuarios de teléfonos inteligentes a través de su adquisición, utilización y desecho.
- Generar hipótesis para futuras investigaciones.

Con relación al último punto y basado en las observaciones tanto dentro como fuera de los grupos de discusión, se generaron las siguientes hipótesis.

- Los individuos relegan responsabilidades hacia los dispositivos inteligentes.
- Los usuarios de teléfonos inteligentes no saben expresarse fuera de los espacios virtuales que utilizan o acceden a través de este objeto.
- Las personas que se encuentran en una posición económicamente incierta, ven como prioridad la adquisición de un teléfono inteligente.

- El desarrollo de la tecnología inteligente se encuentra desarrollando cada vez más objetos que permitan la digitalización de la conciencias (experiencias, sensaciones, satisfacciones, medios de sociabilidad, percepción del otro, etc.).

Acorde a lo planteado en los capítulos anteriores, se puede concluir que el teléfono inteligente al ser producido dentro de un contexto de debilidad institucional así como de diversas problemáticas globales (cómo lo plantea Bauman), refleja usos característicos de estos escenarios, resaltando la falta de límites y el multifuncionalismo así como formas de utilización más simplificadas y casi intuitivas, producto de un distanciamiento tanto ergonómico con relación al cuerpo humano así como de funciones, permitiendo un mayor grado de personalización como reflejo de la conciencia de los usuarios, en este caso fueron los estudiantes de ciencias sociales.

Sin embargo, esto ha generado una dependencia visible por parte de los estudiantes hacia el objeto, llegando incluso a reconocer la utilización de este dispositivo por tiempos prologados y en la gran mayoría de los espacios donde se encuentran, demandando gran parte de su atención en su utilización ya sea con fines lúdicos o productivos.

Por otro lado, los estudiantes coinciden en que la adquisición de un teléfono inteligente es una fuerte necesidad social sin embargo, a pesar de que los estudiantes reconocen la utilidad de este objeto (aunque encontraron difícil su definición), mencionan estar preocupados por los efectos secundarios de su uso puesto que, participar de manera colectiva en espacios virtuales tales como redes sociales o servicios de chat de mensajería instantánea, resaltando Facebook y WhatsApp, produce no solo escenarios de inclusión y exclusión sino también un sentimiento de aislamiento social si no se participa de manera activa en dichos espacios, como lo menciona el siguiente estudiante:

Miguel (Estudiante 5 de relaciones internacionales, anexos:9): “pues, no ha hecho menos sociable, por increíble que parezca, socializar no es platicar con una persona por medio de un aplicación, eso pasa con la pareja, con los papás, hace a la personas más solitaria, pero crees que estás conectado con el mundo cuando en realidad no es así, no conoces al 80% de las personas que tienes en Facebook, creo que los smartphones nos han hecho más inútiles y más antisociales.”

Entonces, se observa que para estos cuatro grupos focales el teléfono inteligente es definido y reconocido en primer plano por sus capacidades técnicas sin embargo, el multifuncionalismo característico de estos objetos dificultan su

definición dejándolo a la libre interpretación y a pesar de esto, la adquisición de un teléfono inteligente es un elemento prioritario para la formación de identidades así como para el entendimiento de las colectividades (reales o virtuales) e instituciones con las cuales tienen contacto, convirtiéndolo en un elemento que focaliza diversas acciones sociales reconocibles entre los usuarios de dicho dispositivo (puesto que es objeto comunicacional de signos).

Al ser un objeto deseable y de alta demanda para los estudiantes aun que no en gran medida debido a las campañas publicitarias sino por la información a la que tienen acceso mediante internet o conocidos, lo han introducido y adaptado ha diversas áreas de su vida pública y privada, configurando sus entornos cotidianos y modificando límites tradicionales de acción social en función de la subjetividad de dichos individuos producto de la aparente falta de limitantes especiales y temporales para el uso del smartphone (como el uso del teléfono en salones de clase para tomar apuntes o contestar exámenes, consulta de bibliografías, mantener contacto con sus familiares, parejas o amigos de manera inmediata, entre otras) sin embargo, la dependencia hacia este objeto radica en el nivel de automatización que posee ya que muchas de sus funciones pueden ser llevadas a cabo sin la interacción (en términos técnicos) directa con el usuario.

Todos estos elementos nos permiten apreciar a este objeto como un objeto de consumo, que si bien se ha consolidado como una herramienta útil para la resolución de algunos aspectos de la vida cotidiana, también está generando efectos cuestionables en la forma en que los individuos se desenvuelven en sociedad y la manera en que estos artefactos ocasionan disfunciones en algunos espacios públicos o privados. Por lo que, el siguiente paso lógico para esta línea de investigación sería enfocarse ahora en los usos que le brindan los usuarios a este objeto sin embargo, me atrevería a comentar que a pesar de ser un fuerte elemento distractor encaminado al ocio, no podemos satanizar ni rendirle culto a este tipo de tecnología (inteligente) sino que, a través de investigaciones sociales, culturales, psicológicas etc. en conjunto con las tecnológicas, se deben generar herramientas necesarias para que en conjunto con la iniciativa privada, el gobierno y la sociedad civil, se generen acuerdos para establecer un uso más claro de esta tecnología en escenarios públicos y privados, así como generar elementos más prácticos que permitan alejarnos de la manipulación de deseos y fantasías encaminadas al consumo desmedido de estos objetos, puesto que los estudiantes reportaban tener conocidos que se han decidido adquirir grandes deudas por la adquisición de un teléfono costoso o el uso de becas para el mantenimiento de teléfonos enfocados al ocio.

Fuentes de información

Fuentes Bibliográficas

- Álvarez-Gayou J., (2003) *Cómo hacer investigación cualitativas: Fundamentos y metodología*. México, Paidós.
- Baudrillard, J., (1975) *La sociedad de consumo sus mitos, sus estructuras*, España, Siglo XXI Editores, Plaza & Janés..
- Baudrillard, J., (2011) *Crítica de la economía política del signo*. México, Siglo XXI Editores.
- Baudrillard, J., (2012) *El sistema de los objetos*. México, Siglo XXI Editores.
- Bauman, Z., (2004) *Modernidad líquida*. 3º reimpresión, Argentina, Fondo de cultura económica.
- Bauman, Z., (2007) *libertad*, Barcelona, Losada.
- Bauman, Z., (2008) *Tiempos líquidos. Vivir una época de incertidumbre*. México, Tusquets Editores.
- Bauman, Z., (2011). *Daños colaterales*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z., (2012) *Vida de consumo*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1990) *Sociología y cultura*, México, CNCA Grijalbo.
- Galindo Cáceres, L., (1968) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, México, Addison Wesley Longman.
- Ibáñez, J., (2003) *Más allá de la sociología: el grupo de discusión: teoría y crítica*. . 5ª edición, Madrid, Siglo XXI de España Editores.
- Klein N., (2005) *No Logo*. España, Ediciones Paidós Ibérica.
- Padua, J., Ahman I., Apezucha H., & Borsotti C.(1975) *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México, El Colegio de México; Fondo de Cultura Económica.
- Sampieri, Hernández, C., Fernández, Collado, C. & Baptista, Lucio, P. (1991) *Metodología de la investigación*. México, McGraw-Hill.

Fuentes hemorográficas

- Addo, A., (2013), "The adoption of mobile phone: How has it changed us socially?" en *Ussues in Business Management and Economics*. Vol. 1 (3) July 2013, pp.47-60.
- Callejo J., (1995) "Elementos para una teórica sociológica del consumo" en *Papers*. No. 47, 1995, 75-96.

- Campbell S., (2007) "Perceptions of Mobile Phone Use in Public Settings: A Cross-Cultural Comparison" en *International Journal of Communication*. no.1 2007, pp. 738-757.
- Cerezo, Manuel J., (2010) "Smartphone. Toda la información al alcance de tu mano" en *Telos, cuadernos de comunicación e invasión*. No. 83, Abril – Julio 2010, pp. 97-99.
- Córdoba, et. Al., (2007) "Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica" en *Revista Entramado*. Vol. 3 No. 2, Julio-Diciembre 2007, pp. 18-29.
- López de Ayala, M., (2004) "El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de su desarrollos teóricos" en *Sociológica* No. 5 / 2004 pp. 161-188.
- Luengo de la Torre, M., (2012) "Una aproximación al concepto de sociedad móvil. El smartphone: su expansión, funciones, usos, límites y riegos." En *Revista Derecom*. no. 11 Septiembre-Noviembre 2012.
- Muñoz Lozano, A. (2014) "La digitalización del cuerpo en los Smartphones" en *Fedro, revista de estética y teoría de las artes*, número 13, Febrero de 2014.
- Pineda Cruz, E. y Pineda Repizzo, A., (2009) "El objeto de uso como signo. Un recurso para la comprensión de la experiencia cotidiana" en *Revista Adversus*. Número VI, Abril-Agosto 2009, 70-99 pp.
- Posada Velázquez, R., (2013) "La vida de consumo o la vida social que se consume: apreciaciones sobre la tipología ideal del consumismo de Zygmunt Bauman". En: *Estudios políticos*. Novena época, número 29, mayo-agosto 2013 pp. 115-127.
- Ruiz, Davis, S. y Polo Serrano, D., (2012) "La realidad aumentada como nuevo concepto de la publicidad online a través de los smartphones" en *Razón y palabra*. no. 80 agosto-octubre 2012.

Tesis e investigaciones

- AMIPCI (2015) *11° estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015*. Estudio poblacional. México, AMIPCI (asociación mexicana de internet), PULPO (an entravision company), ELOGIA (Marketing 4 ecommerce).
- Mancera, Expinoza M.; Rodríguez Velázquez R. y Olvera Cabrera M., (2013) *Consulta de tendencias juveniles 2013*. Estudio poblacional. México, Gobierno del Distrito Federal; Secretaría de Desarrollo Social, Instituto de la Juventud del Distrito Federal.

- Munita R., (2007) *El sentido del consumo en los jóvenes*. Tesis de magíster en sociología. Chile. Facultad de ciencias sociales, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Fuentes electrónicas

- Aguado, Miguel J. y Martínez Inmaculada J., (2006) "El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural" en Universidad del país Vasco [en línea]. Enero 2006. Disponible en la web: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer20-15-aguado.pdf> [Accesado en Marzo 2014].
- Ahonem Tomy "El mercado mundial de los smartphones: ventas y parque instalado por marcas y plataformas" en: cifras/mercado. 16 de junio de 2014. Disponible en la web: <http://www.eleconomista.es/CanalPDA/2014/47933/el-mercado-mundial-de-smartphones-ventas-y-parque-instalado-por-marcas-y-plataformas/> [Accesado en Febrero 2015].
- Álvarez, Raúl (2015) "Un crecimiento imparable de smartphones en México reporta 52.6 millones de dispositivos en 2014" en Xacata, celulares y smartphones [en línea]. Febrero 2015. Disponible en la web: <http://www.xataka.com.mx/celulares-y-smartphones/un-crecimiento-imparable-de-smartphones-en-mexico-reporta-52-6-millones-de-dispositivos-en-2014> [Accesado en Junio 2015]
- Canal UNE, (2012) "Juguetes de Silicio – Smartphones Parte 1" en *Youtube; Canal UNE* [en línea]. 4 de Junio 2012. Disponible en la web: <http://www.youtube.com/watch?v=GV8GOwhQjog>, [Accesado en Febrero 2014].
- Canal UNE, (2012) "Juguetes de Silicio – Capítulo 2 smartphones" en *Youtube; Hugo Alejandro Quintero Guzmán* [en línea]. 12 de Marzo 2012. Disponible en la web: https://www.youtube.com/watch?v=Ao_Yj6HFaXY [Accesado en Febrero 2014]
- CNN., (2012) "El 72% de los usuarios de 'smartphones' en México no sale sin su celular" en *CCN México* [en línea]. 16 de Mayo 2012. Disponible en la web: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2012/05/16/el-72-de-los-usuarios-de-smartphones-en-mexico-no-sale-sin-su-celular> [Accesado en Febrero 2014].
- CNN., (2013) "8 de cada 10 usuarios de 'smartphones' en México usan WhatsApp" en *CCN México* [en línea]. 9 de Septiembre 2013. Disponible en la web: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2013/09/09/8-de-cada-10-usuarios-de-smartphones-en-mexico-usan-whatsapp> [Accesado en Febrero 2014].
- De Lara, Fernández, Carlos y Chávez, Gabriela (2014) "La mitad de los mexicanos navegan desde el móvil" en: CNN Expansión, tecnología. Disponible en la web:

<http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2014/05/16/la-mitad-de-mexicanos-navega-desde-movil> [Accesado en Junio 2015].

- Diario de Yucatán., (2013) "Aumenta el uso de smartphones en México" en *Tecnología, Telefonía* [en línea]. Noviembre 2013. Disponible en la web: <http://yucatan.com.mx/tecnologia/telefonía/aumenta-el-uso-de-smartphones-en-mexico> [Accesado en Febrero 2014].
- El economista., (2013) "Smartphones se imponen en México" en *Tecnociencia, dispositivos móviles, smartphones, tablets* [en línea]. Junio 2013. Disponible en la web: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2013/06/30/smartphones-se-imponen-mexico> [Accesado en Febrero 2014].
- El universal., (2013) "Crecerá 48% el número de mexicanos con smartphones" en *Cartera* [en línea]. Julio 2013. Disponible en la web: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2013/impreso/crecera-48-el-numero-de-mexicanos-con-smartphone-103853.html> [Accesado en Marzo 2014].
- Entrecreativos "Los 7 smartphones más vendidos en México" en: estudios. 19 de septiembre del 2014. Disponible en la web: <http://entrecreativos.com/los-7-smartphones-mas-vendidos-en-mexico/> [accesado en febrero 2015].
- FES-Acatlán(2013) "Numeralia" en *FES Acatlán; nosotros; numeralia 2013* [en línea]. 2013. Disponible en: <http://www.acatlan.unam.mx/campus/568/> [Accesado en Mayo 2014].
- Íñigo, Merino (2015) "Leyes y paradigmas de la tecnología (II): Ley de Moore" en Hipertextual sección de tecnología [en línea]. Abril 2015. Disponible en la web: <http://hipertextual.com/2015/04/ley-moore-50-aniversario> [Accesado en Junio 2015].
- López de Méndez, A., (2013) "Los grupos focales" en *Centro para la excelencia académica, Universidad de Puerto Rico* [en línea]. 2013 Disponible en: http://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2013/05/grupo_focal.pdf [Accesado en Febrero 2014].
- Montesinos Débora "México: 5 tipos de usuarios móviles-básicos, inquietos, sociales, prácticos y expertos." En: mercadotecnia. portada. 4 de octubre del 2014. Disponible en la web: <http://mercadotecnia.portada-online.com/2014/04/10/marcas-deben-adaptar-mensajes-con-base-a-los-diferentes-usuarios-de-moviles/> [Accesado en Febrero 2015].
- Nieto, Narea "La evolución de Samsung hasta llegar al Galaxy S5" en: Noticias Móviles. 24 de febrero del 2014. Disponible en la web: <http://computerhoy.com/noticias/moviles/evolucion-samsung-llegar-galaxy-s5-9511> [Accesado en Febrero 2015].
- Notimex., (2013) "México rebasa los 100 millones de celulares" en *El economista* [en línea]. 2 de Julio 2013. Disponible en la web: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2013/07/02/mexico-rebasa-100-millones-celulares> [Accesado en Marzo 2014].

- Oficina Comercial ProChile en Berlín (OFCPB) "Estudio de mercado servicios aplicaciones móviles en Alemania, Noviembre 2012" . 2012. Disponible en la web: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/blogs.dir/1/files/mf/documento_11_23_12165748.pdf [Accesado en Febrero 2015]
- OtraTVesposible (2011) "La revolución del smartphone, El fascinante nuevo mundo del teléfono inteligente" en *Youtube; OtraTVesposible* [en línea]. 23 de Abril 2011. Disponible en la web: http://www.youtube.com/watch?v=0EtM_1HunVg [Accesado en Febrero 2014].
- Oxford Dictionaries, 2015. Disponible en la web: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/online> [Accesado en Febrero 2015].
- Pascual, J. Antonio "IBM Simo, el primer smartphone, cumple 20 años" en: *Computerhoy/ Noticias/ Noticias móviles* [en línea]. 15 de agosto de 2014. Disponible en la web: <http://computerhoy.com/noticias/moviles/ibm-simon-primer-smartphone-cumple-20-anos-17209> [Accesado en Febrero 2015].
- Pineda Mauricio "El smartphone cumple 20 años" en: *Pensamientos maupinianos/ blog para consultas de universitarios* [en línea]. 2 de septiembre del 2012. Disponible en la web: <http://pensamientosmaupinianos.blogspot.mx/2012/09/smartphone-cumple-20-anos.html> [Accesado en Febrero 2015]
- Sánchez, Onofre J., (2013) "México, mercado "top 10" de smartphones en 2013: IDC" en *El economista* [en línea]. 30 de junio, 2013. Disponible en la web: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2013/06/11/mexico-mercado-top-10-global-smartphones-2013-idc> [Accesado en Marzo 2014].
- Sipse., (2013) "Aumenta número de smartphones en México" en *Sipse.com, información en todo momento* [en línea]. 21 Octubre, 2013. Disponible en la web: <http://sipse.com/tecnologia/aumenta-numero-de-smartphones-en-mexico-57357.html> [Accesado en Marzo 2014].
- Smart GSM "Motorola DEXT" en: *Móviles*. 2014. Disponible en la web: <http://www.smart-gsm.com/moviles/motorola-dext-mb220> [Accesado en Febrero 2015]
- T3 "Apple: do primeiro ao último Iphone" en: *Inicio/ Especiais* [en línea]. 9 de octubre de 2013. Disponible en la web: <http://t3.sapo.pt/especiais/apple-do-primeiro-ao-ultimo-iphone> [Accesado en Febrero 2015]
- Taylor Martin "The evolution of the smartphones" en: *Editorial/ History/ Smartphones*. 28 de Julio del 2014. Disponible en la web: <http://pocketnow.com/2014/07/28/the-evolution-of-the-smartphone> [Accesado en Febrero 2015]

- Tecnología hecha palabra “el primer teléfono celular de la historia” en: ciencia/miscelánea y otros [en línea]. 30 de diciembre de 2006. Disponible en la web: <http://www.tecnologiahechapalabra.com/ciencia/miscelanea/articulo.asp?i=443> [Accesado en Febrero 2015].
- Telefonía-inteligente “Historia” en: historia [en línea]. 2015. Disponible en la web: <http://telefonía-inteligente.wikispaces.com/Historia> [Accesado en Febrero 2015].
- Unocero “Retro: el primer Iphone” en: gadgets del pasado. 29 de junio del 2013. Disponible en la web: <http://www.unocero.com/2013/06/28/retro-el-primer-iphone/> [Accesado en Febrero 2015]
- Viela Nacho “¿qué es una app? App pedia” en: blog. 2010. Disponible en la web: <http://www.startcapps.com/blog/que-es-una-app/> [Accesado en Febrero 2015].
- Villegas, Andrea (2015) “Alcanza el internet el 51% de penetración entre los usuarios potenciales de México” en: Últimas noticias. 19 de mayo del 2015. Disponible en la web: <https://www.amipci.org.mx/es/noticiasx/2241-alcanza-internet-el-51-de-penetracion-entre-los-usuarios-potenciales-de-mexico-amipci> [Accesado en Junio 2015].

Anexos

Grupo Focal

Ciencias políticas

Número de integrantes: 8

Daniel Martínez-Primer semestre (Alumno 1)

Guadalupe-Primer semestre (Alumno 2)

Mauricio-Primer semestre (Alumno 3)

Rubén-Primer semestre (Alumno 4)

Andrés Vásquez-Primer semestre (Alumno 5)

Leonardo-Primer semestre (Alumno 6)

Ariadna-Primer semestre (Alumno 7)

Walter-Primer semestre (alumno 8)

Notas del grupo: El grupo se mostraba ligeramente estresado, comentaron que venían de realizar un examen, al principio se mostraron algo indiferentes a las preguntas pero, las golosinas ofrecidas y diversos chistes realizados por el grupo, generaron un mejor ambiente de manera progresiva.

El grupo focal o de discusión inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos, al término de la dinámica, los estudiantes realizaron una pequeña presentación, el grupo focal se llevó a cabo de la siguiente manera:

Para ustedes, ¿qué características físicas o de hardware, que podemos tocar, configuran un teléfono inteligente? ¿qué hace de un teléfono inteligente en términos físicos, ser un teléfono inteligente?

Estudiante 4: que es delgado, los teléfonos inteligentes son delgados y últimamente grandes.

Estudiante 5: pues, actualmente tiene mucho que ver la capacidad que tiene...

Estudiante 1: bueno, iba a decir que eso sería más cuestiones de software.

Estudiante 5: bueno, en términos físicos, bueno ya la mayoría son de pantalla táctil, la mayoría presentan esa característica.

Estudiante 8: más que nada son, más livianos más portables.

Estudiante 7: también son más frágiles.

Estudiante 3: pues, son una cámara andando, traen de todo, pero yo digo que está algo exagerado que cada vez se hacen más grandes, digo, si la tecnología está avanzando, así como comprimen algunas características también debería de ser el tamaño, incluso ya algunos modelos traen un reloj inteligente, reciben llamadas, mandan mensajes y eso sería más práctico que traer algo tan ostentoso.

Estudiante 5: pues es que, sus características ya van más por la estética, es como presumir “mira yo traigo este teléfono” por eso yo siento que esas características son así para teléfonos más grandes.

En ese sentido, ¿qué características de software o que no podemos tocar configuran un teléfono inteligente?

Estudiante 2: pues, ya poseen una red inalámbrica, ya es más factible que puedas hacer trabajos o puedas leer documentos en un teléfono.

Estudiante 8: los mismo sistemas operativos, en este caso, Android...

Estudiante 4: la pantalla, no sé si se diga de esta manera, pero es una pantalla de retina que da una mayor resolución y permite que en un teléfono inteligente puedas ver las cosas en HD etc.

Estudiante 1: pues, también sus aplicaciones, no sé cómo se diga, pero puedes voltear la pantalla y todo también se voltea, y bueno, otra vez lo retomo, múltiples y múltiples aplicaciones, la cámara también...

Estudiante 5: el acceso a internet.

Estudiante 7: la cámara también, puedes grabar videos y editar fotos.

Y en términos generales, para ustedes ¿para qué sirve un smartphone?

Estudiante 3: bueno, actualmente, no le damos un uso correcto, normalmente lo usamos, como decía un compañero, para presumir en las redes sociales porque, solamente que una persona que tenga un trabajo de oficina o un empresario que tenga la necesidad de estar mandando o recibiendo documentos, para eso sería mejor el uso de un teléfono inteligente...

Estudiante 5: actualmente se utiliza más para entretenimiento, el uso de redes sociales, ahora sí que, el fin del teléfono celular era la comunicación y actualmente, no se utiliza solo para eso, ya puedes escuchar música, tomar fotos,

que actualmente es para lo que más se utiliza, te vas a un lugar y llevas cargando el teléfono para tomar fotos, ya no es como “para ponerme en contacto contigo” ya es más como “me lo tengo que llevar porque, las fotos con los amigos”, yo ese es el uso que veo que le dan.

Estudiante 4: también va como para los jóvenes bueno, el entretenimiento creo que es la primera forma de usar un smartphone pero, también hay otras cosas como, la aplicación para los sismos, la aplicación para denunciar algo a la secretaría de seguridad pública, hay muchas que nosotros tenemos que investigar para empezar a darle un buen uso y sin embargo, todos tenemos el Candy Crush, yo digo que es más para entretenimiento.

Estudiante 1: para mi uso, un smartphone, lo estaría desgastando, no sería para mí porque, no es mi necesidad tomar fotos o tener videos o tener aplicaciones de editar las fotos, para mí un smartphone no me serviría, lo único que me serviría de un smartphone sería para mensajes y llamadas.

Estudiante 5: en ese aspecto, yo digo, sí un smartphone, es algo útil para nosotros como estudiantes, porque luego yo me veo en la necesidad de descargar lecturas o cosas así, no sé, no te dio tiempo de estudiar, pues descargas el libro en tu celular y ya puedes estar checando, puedo estar leyendo, yo digo que esa utilidad que tiene el teléfono inteligente si es algo que nos ayudaría a nosotros como estudiantes.

La siguiente pregunta sería ¿qué define a tu teléfono como tu teléfono? Si vemos todos los teléfonos apagados, pues todo se ven relativamente iguales, pero hay ciertas características que lo hacen propio de alguien, ¿cuáles creen que sean esas características?

Estudiante 4: yo digo que como tal, las marcas, siempre han sido el estereotipo de... bueno si tienes un teléfono inteligente pero, todos tienen un Android que es un sistema, no es un Xperia u otra característica. Los niveles, definen quién trae que tipo de celular, mucha gente dice, mientras te den los servicios que tu requieres, ya sea redes sociales, entretenimiento, descargar documentos, es el mismo funcionamiento, lo único que cambia es la marca.

Estudiante 1: yo no tengo celular pero, si tendría celular sería uno de los viejitos, de pantalla chiquita y de teclas, yo creo que algo que lo definiría sería eso. En mi caso, es la sencillez.

Estudiante 7: yo creo que es el contenido, las aplicaciones que tengas, las fotos, el WhatsApp, tus conversaciones, tus mensajes.

Estudiante 2: yo creo que, depende de la necesidad que tengan las personas el tipo de teléfono que vayan a utilizar, eso indica la tecnología del teléfono, si en un futuro la tecnología avanza, va a ser indispensable utilizar un smartphone, de nada serviría utilizar un celular sencillo.

Bueno, en ese sentido, salvo el compañero (estudiante 1) ¿qué les motivó para adquirir un teléfono?

Estudiante 5: pues a mí, más que nada me motivó la necesidad, llegó el momento en el que decía “bueno, yo si necesito algo, donde poder estar comunicando o estar en contacto con algunas personas” también, el uso de Facebook y todo eso, si digo “no pues es que, también no quiero estar nada más en la computadora”, puedo estar acostado con el celular comunicándome con las demás personas.

Estudiante 4: yo creo que una parte importante para que compres un teléfono es lo práctico que es, puedes estar en tu cocina y tu computadora está hasta tu recamara y un compañero dice “ya te mande el documento por Face” allí es rápido y es mucho más práctico, entonces, cuando fui a comprar mi celular, me fijé en lo práctico que era y es para eso, para estar revisando y estar comunicado tanto en redes sociales como en llamadas o mensaje.

Estudiante 8: en sí, a mí me obligaron a tener uno, yo estoy un poco en contra de eso de usar celular, pero, más que nada mis padres me dijeron “debes usar celular para estar comunicados. Cualquier cosa que te llegue a pasar o te queramos contactar por alguna emergencia ” , pero, no me agrada mucho.

Estudiante 7: pues sí, la necesidad que tú tienes como por ejemplo, el mío, yo quería que fuera Android, que tuviera WhatsApp y Facebook, porque mis compañeros hacían grupos y se compartían las tareas.

Estudiante 6: pues yo no estoy muy así, fijo en una marca, yo no me fijo en una marca, mientras tenga acceso a internet, todo está bien y que tenga aplicaciones de música y ya.

La siguiente pregunta sería ¿cuáles compañías fabricantes de smartphones son las más importantes actualmente para ustedes?

Estudiante 5: principalmente Apple.

Estudiante 3: Sony, tiene buenas aplicaciones aunque, ellos se destacan más que nada en sus pantallas, es como el punto en el que sobre salen, porque, Apple tendrá un sistema muy bueno pero, en cuestión de cámara, no se igual a los equipos de Sony.

Estudiante 4: Samsung. Creo que es la primera competencia para el Iphone, el Galaxy, yo creo que entre Samsung y Apple se están peleando el mercado.

Estudiante 5: anteriormente, de los equipos fuertes eran los Nokia, que bajo mucho su competitividad, por el sistema operativo que usa, que es Windows, actualmente ya las necesidades que tenemos muchos... o lo esperamos más de un celular, Windows es lento, es obsoleto.

Estudiante 4: tiene mucho que ver con el desarrollo de las aplicaciones, como Android y el sistema operativo de Apple y las empresas que hacen aplicaciones están generando más para ese tipo de sistemas operativos, entonces, la gente cuando va a comprar, entonces si se fija en las aplicaciones y en que plataforma tienes más para descargar.

Y en ese sentido ¿ los comerciales de estas compañías, pueden recordar alguno? ¿con qué los asociarían?

Estudiante 8: yo los asocio con juventud.

Estudiante 3: si, normalmente los comerciales son de vacaciones, fiestas, que es para lo que los usamos realmente, porque, sinceramente, si traemos tareas y libros en el dispositivo pero, lo ocupamos más para escuchar música, para ... como dicen, si vamos a una fiesta, tomamos fotos de todo y eso es lo que realmente promocionan las empresas “recuerda la estupidez que hiciste en la playa” o todo eso.

Y recuerdan algún comercial en particular

Estudiante 5: bueno, yo recuerdo un comercial de Sony que es del nuevo Xperia, en donde están las chavas y se van de vacaciones y están tomándose fotos y aparece la leyenda “la mejor resolución en cámara” “como graba tus momentos especiales” realmente va dirigido a eso, al entretenimiento de las personas, así como llamarte la atención y digas “a mira, con ésta cámara si saco buenas fotos, necesito ese celular”.

Estudiante 4: de hecho si lo de la cámara porque, la página de Apple está promocionando el nuevo Iphone y es lo que pone, un tipo en una patineta y ponen en la pantalla el movimiento.

Estudiante 2: yo creo que bueno, es como una estrategia porque si lo hubieran promocionado para asuntos de oficina, jamás hubiera pegado sus aplicaciones o

el celular que estaban promocionando, en lugar de eso, lo anunciaron como para socializar...

Estudiante 1: más para la juventud de hoy que se está dando más a las fotos.

La siguiente pregunta sería. Los teléfonos de estas compañías ¿con qué imagen las asocian?

Estudiante 5: bueno, actualmente es lo que se maneja, si traes un Iphone pues entonces, eres de los riquillos porque un Iphone no lo tiene cualquiera, bueno, no lo tiene cualquiera pero, actualmente los chavos dicen “no me importa, me embarco en Copel, pero yo quiero mi Iphone” y dura toda su vida endeudado por comprarse el Iphone, entonces, una de las marcas que ahorita, poco a poco están subiendo por su sencillez y porque sus teléfonos son más accesibles es Alcatel, son teléfonos que tienen las mismas aplicaciones que las marcas punteras, como que, si marca cierto estatus “ah, tienes un smartphone ¿cuál es? Ahí tienes un Alcatel es de los del montón. Yo me compro con mi Iphone 5 de esos.”

Estudiante 1: yo al Samsung, por lo que he visto, bueno yo le asociaría el estatus de oficina.

Estudiante 3: más que nada, el de oficina era el Black Bery, porque, cuando salió el Black Bery, salía el chavo corriendo a la oficina mandando documentos, fueron de los primeros que empezaron a tener acceso a internet, pero yo tengo esa imagen de que, un teléfono para un empresario, Black Bery.

Estudiante 2: si porque, bueno, cuando conocí Black Bery, bueno, cuando la gente tenía dinero para comprar uno, lo hacía, pero cuando vieron que no tenían las aplicaciones que ellos buscaban pues pasó a segundo plano y compraron otros smartphones como Iphone, entonces, el Black Bery, si es para oficina.

Entonces, la siguiente pregunta es ¿cuál es su opinión de los manuales de los teléfonos inteligentes?

Estudiante 3: bueno, actualmente, muchas veces no lo leemos hasta que se descompone, pero si es recomendable. Como el año pasado, tenía un celular y lo troné, quise ver si tenía solución pero no.

Estudiante 5. Actualmente las personas decimos “actualmente la mayoría de la tecnología ya la sabemos manejar”, “es que mi amigo tiene ese teléfono y ya por eso ya lo sé manejar” entonces, actualmente, yo por ejemplo... me quería comprar un Iphone y me preguntó una amiga si lo sabía utilizar, porque, para las aplicaciones que tiene Apple y para todo el sistema operativo que maneja, de hecho dan cursos para que sepas usar realmente los artefactos que te vende

Apple, entonces pienso, mejor si leo el instructivo sino, me va a comer este teléfono.

Estudiante 4: bueno, a veces tenemos como un talento innato cuando ocupamos cualquier tipo de tecnología y lo empezamos a usar y mediante el empirismo empezamos a saber ya como se maneja y muy pocas veces leemos el manual, solo cuando se descompone y...

Estudiante 3: modo fábrica y ya todo está solucionado.

(el grupo ríe y hace bromas de eso)

Estudiante 8: solo cuando tenemos problemas lo ocupamos.

Estudiante 7: si, solo cuando quieres saber cómo configurarlo de otra manera, por ejemplo, yo una vez estaba usando Google Maps pero, quería que detectara mi ubicación pero no lo hacía, entonces ya busque en internet y ya me decía como y me metí y ya lo pude desbloquear para que me dijera mi ubicación, pero no use el manual.

Otra pregunta sería ¿cuáles son los mejores smartphones actualmente para ustedes?

Estudiante 3: yo creo que ahorita el mejor... en cuestión de entretenimiento, Sony, se me hace el mejor.

Estudiante 5: bueno, yo difiero mucho de eso porque, por su sistema operativo es Iphone, ósea, no hay virus para el sistema operativo que maneja pero, si son muy...frágiles. Actualmente, el nuevo Iphone que van a sacar que hasta se dobla y la pantalla no se raya, entonces, buscan mejorar esas características malas que tenían. Yo siento que no hay competencia para un Iphone.

Estudiante 3: bueno, pero si te das cuenta el sistema de Android, tiene mucha gama de aplicaciones y a lo mejor si tiene demasiados virus, pero, normalmente, si traes un smartphone de alrededor de 15 mil pesos, pues, puede comprar un carro de medio cachete, tienes para comprar las aplicaciones en Google Play y pues, no veo el para que descargarlos gratis pero, humildemente lo puedes comprar...

Estudiante 5: es que a la gorra, ni quien le corra.

(el grupo ríe y nuevamente hace bromas al respecto)

Estudiante 4: bueno, en ese sentido yo, nunca he comprado ni un Iphone o un Galaxy, pero estoy familiarizado con el sistema operativo de Mac, entonces, si me

dieran a escoger, yo compraría un Iphone, y pues bueno, el Iphone se puede sincronizar con tu computadora y así.

Y en un caso hipotético en el que ustedes tuvieran una gran cantidad de dinero para comprar un teléfono inteligente ¿cuál comprarían?

Estudiante 5 y 4: el Iphone 6.

Estudiante 1: por lo que dicen, el Iphone 6.

(el grupo bromea)

Estudiante 6: yo igual.

Estudiante 7: un Iphone.

Estudiante 8: con que estoy en compra...pues... un Iphone.

Estudiante 3: yo la verdad iría por un Samsung, porque, si tienes para un buen celular, no te va a doler pagar 100 pesos o 200 pesos por una aplicación.

En ese sentido entonces ¿cuál sería la opinión de su teléfono?

Estudiante 5: bueno, mi teléfono es útil, para lo que lo necesito, me sirve perfectamente, yo no soy de los que se van a fiestas y “ey¡ una foto¡” yo soy más de que me tomen las fotos y luego me etiqueten pero, yo para lo que lo utilizo es más que funcional, yo no pido ahorita cambiar mi teléfono porque, las funciones que necesito las tiene.

Estudiante 2: pues yo tengo un Iphone un poco viejo, de los primeritos y pues bueno, yo lo utilizo para ver y mandar documentos y si se quieren comunicar conmigo, pues me mandan una llamada un mensaje, las redes sociales y sobre eso, el único buen fin que le veo, es que ya son para asuntos de tareas, trabajos, etc.

Estudiante 8: mantengo mi postura de que, es un mal necesario.

Estudiante 7: mi teléfono si sirve solo para lo básico, aunque ahora ya está fallando un poco y en algunos lugares no me llega la señal y a veces cuando quiero conectarlo a internet, no me lo permite, ya quiero cambiarlo.

Estudiante 6: yo lo definiría como, práctico para mí, me gusta y no lo cambiaría.

Estudiante 5: pues el mío es práctico y está chiquito, no me gusta que no quepan en mi bolsa y es resistente, es Nokia entonces es resistente.

Estudiante 3: el mío, pues, no me gustan las cosas estorbosas, está pequeño y lo ocupo para estar en contacto y para ver los grupos de la escuela en redes sociales porque, las redes sociales aunque ahora son más como de chisme, son muy útiles.

Y ¿dónde utilizan más sus teléfonos?

Estudiante 3: pues... todo el día.

(los estudiantes ríen y bromean entre ellos)

Estudiante 4: yo lo utilizo más en mi casa, pero es por el Wifi, porque allí tienes internet y aquí en la escuela, pues no hay internet.

Estudiante 1: cuando yo tenía, lo usaba más en el transporte y me ponía mis audífonos y pues, así me iba en la combi para escuchar música.

Estudiante 7: yo igual, en mi casa.

Estudiante 8: igual yo también, en mi casa reviso de vez en cuando las redes sociales.

Estudiante 2: pues yo, en la combi, escuchando música.

Y en promedio ¿cuánto le invierten a su teléfono al mes?

Estudiante 3: pues como 300 pesos.

Estudiante 5: 30 pesos o 40 pesos al mes por los número gratis.

Estudiante 7: yo 200 porque tengo plan.

Estudiante 2: igual, 200 por que también tengo plan.

Bien, la siguiente pregunta sería ¿qué es una aplicación o una APP para ustedes?

Estudiante 3: para mí, es algo que tiene el punto exacto para algo, como los editores de fotografías o un juego que esté bueno y para eso las ocupamos más.

Estudiante 5: bueno, las aplicaciones son programas que metes en tu celular, para facilitarte ciertas cosas o para entretenimiento. La mayoría de los programas que se descargan es para bajar música e infinidad de juegos.

Estudiante 3: es una herramienta extra que tiene tu celular para facilitarte el trabajo en cualquier ámbito, sea escolar, sea laboral.

Estudiante 1: es una cosa que facilita tu trabajo o lo que sea.

Y ¿cuál es la que más utilizan ustedes?

Estudiante 7: Facebook

Estudiante 3: pues WhatsApp.

Estudiante 7: si, WhatsApp.

Estudiante 6: aplicación de You Tube.

Estudiante 5: pues, el Whats.

Estudiante 3: bueno yo tengo aplicaciones para ver los periódicos.

¿Qué les agrada de las aplicaciones en general o que les desagrada?

Estudiante 3: bueno, la aplicación que detecta los sismos, si puede ayudar por ejemplo a algunos edificios de oficinas por ejemplo, mi casa está en un quinto piso y pues, me gusta que sea útil.

Estudiante 5: bueno, para mí las aplicaciones, me gustan, pero creo que son de mucho ocio, luego ni las necesitas, no son requeridas pero, allí las tienes o luego las tienes nada más para adornarlo o tener menos espacio.

(los estudiantes concuerdan)

Por último ¿Cómo creen que ha cambiado su entorno o su vida cotidiana el uso en general del smartphone?

Estudiante 1: déjame pensarlo un momento.

Estudiante 2: pues, me mantiene más informada, no soy de las personas que les guste salir mucho entonces, tengo que estar informada por medio de las redes sociales y pues bueno, yo lo utilizo más para noticias pero, me mantiene para estar informada para, facilitarme los trabajos escolares, pero, el teléfono me ha alejado de tener nuevas cosas porque ya todo me lo facilita.

Estudiante 3: bueno, a mí me mantiene comunicado con mis papás, sin importar donde estemos, ya es más fácil comunicar algo como una emergencia o decirles donde estoy y pues, mientras vas baboseando, jugando o cualquier cosa, puedes llegar a la casa y no prender la computadora.

Estudiante 4: en mi caso, las relaciones con otras personas, yo escribo en una revista y hay veces en las que me tienen que localizar rápido y por medio del celular es mucho más eficiente a veces, hay compañeros que tienen Skype en su

celular y cuando hay una junta y para que no se la pierdan, por Skype ya están allí presentes. Entonces, las relaciones ya, frente a frente, se están desvaneciendo para darle paso a estas aplicaciones que nos permiten comunicarnos en cualquier momento y cualquier hora, yo creo que, ha cambiado en ese sentido las relaciones.

Estudiante 5: pues, te facilita en el sentido de que estás lejos de una persona, pero yo siento que ha afectado mucho la comunicación persona a persona, porque muchas veces tienes a la persona al lado y estás platicando con ella en WhatsApp, hay muchas gente que hace eso, o estás platicando con el novio o la novia y se ven y no tienen la misma fluidez al hablar que cuando están hablando por Whats, yo siento que sí ha afectado mucho la relación persona a persona.

Estudiante 6: yo siento que ha mejorado, por ejemplo, hay un aplicación para el tráfico y me indica que avenida está llena o donde hay un bache, por ejemplo, también con las denuncias, pero, también nos ha distanciado un poco.

Estudiante 7: bueno, es como una herramienta por las aplicaciones que tiene como un traductor, útil para las clases de idiomas pero, también, bueno, a mí me distrae mucho el teléfono, entonces, cuando estoy en mi casa me poco a revisar el teléfono con Facebook o WhatsApp y a veces ignoro a mi hermana cuando está hablando conmigo y pues, se enoja conmigo.

Estudiante 8: bueno, va de la mano con la postura que tengo de usar el celular pero, analizándolo, es bueno en cierto grado por, tratar de comunicarse en alguna emergencia pero en cuestión estrés, yo soy de esas personas que les gusta irse a sentarse al pasto y leer un libro y que me estén molestando todo el día “oye, dónde estás, oye, qué estás haciendo, oye, te necesitamos aquí” es sumamente estresante, lo analizo y me pongo a observar a los compañeros y las personas que van todo el día con el teléfono en el metro, en el transporte público, pero bueno... cada quién tiene una visión del mundo, cada quién tiene sus perspectivas ante ese aparato y bueno, es mi postura.

Estudiante 1: yo creo que, facilita la comunicación por que si yo tuviera un teléfono inteligente, estaría haciendo lo mismo que hago en la computadora y en la computadora, se está dando mucho en este tiempo de que me pongo a leer noticias sobre lo que está pasando en el país y sobre todo, yo creo que haría lo mismo con el teléfono celular y también un día, si el celular fuera mi computadora, por ejemplo, una semana se le fue el internet a mi computadora y yo venía para la escuela pero, tenía la duda de que si había hecho paro o no, no vaya a ser que la escuela esté cerrada y me tenga que regresar, entonces, me serviría mucho en la comunicación.

¿Algo más que quieran agregar de este tema?

Estudiante 3: pues que el celular es muy bueno, facilita muchas cosas, cosas que dices, ahorita lo hago en la computadora lo puedes hacer en el teléfono.

Estudiante 5: si es práctico el uso de los smartphones pero, actualmente decían “las mujeres no pueden vivir sin el uso del celular”, ese estereotipo ya pasó, actualmente a un hombre se le cae su teléfono y siente que se muere, la mayoría de las personas no pueden vivir ya sin su celular, no pueden estar sin un minuto sin él.

Estudiante 7: bueno yo creo que es por las redes sociales, porque los que tienen un celular con las aplicaciones básicas, el tener o no tener un celular les da igual pero, yo pienso que, tenemos esa necesidad de estar informados siempre y se genera esa idea de no estar sin el celular.

Estudiante 1: bueno, a lo mejor está fuera de contexto pero, si tiene que ver con los celulares, es un tecnología y por lo tanto es pan caliente para los empresarios, entonces, al vender la tecnología... de hecho, vimos un documental en donde hacían durar menos a la tecnología y eso generaba toneladas de basura, entonces, eso sería también algo malo de los teléfonos.

Bueno chicos, muchas gracias por su tiempo su tiempo.

El grupo concluyó sin inconvenientes.

Grupo Focal

Economía

Número de integrantes: 6

Reinaldo Valdespino – Séptimo semestre (Alumno 1)
Alejandro de la Cruz – Séptimo semestre (Alumno 2)
Edith Rodríguez – Alumna de último semestre (Alumna 3)
Brenda Yanei Basurto – Séptimo semestre (Alumna 4)
Cristiano Bertuchi – Séptimo semestre (Alumno 5)
Miguel Ángel Martínez – Séptimo semestre (Alumno 6)

Notas del grupo: El grupo focal se llevó a cabo en la noche además, los alumnos se encontraban visiblemente cansados y estresados, comentaron que venían de presentar un examen por lo cual, el grupo se mostró al principio algo renuente a colaborar con la sesión, posteriormente, se mostraron más participativos.

El grupo focal o de discusión inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos, al término de la dinámica, los estudiantes realizaron una pequeña presentación, el grupo focal se llevó a cabo de la siguiente manera:

¿Qué componentes tanto físicos como programas parte del hardware de un teléfono inteligente lo configuran, es decir, qué hace a un teléfono inteligente ser un teléfono inteligente?

Alumno 5: Yo creo que es el software, el hardware sigue siendo lo mismo, no han innovado en nada más que... a diferencia de los teléfonos en los noventas y en los dos miles era solamente la cámara y nada más lo que es la pantalla a color pero, el software es ahorita lo que más vale, las actualizaciones se hacen en cada dos meses, cada tres meses y solamente los avances que vamos a ver conforme al hardware son cada año, entonces las configuraciones que es lo que más hace a un teléfono inteligente, para mi punto de vista sigue siendo el software como, las aplicaciones, la interfaz, que es lo que hace a un teléfono inteligente.

Y ¿qué opinan ustedes?

Alumno 6: yo estoy de acuerdo en el uso del software pero también depende en cuanto al manejo que tu le das, que se programen a manera que todo sea más simple y bueno, que todo lo que tú buscas en una tablet, en una computadora, en una lap, que esté a la mano y que sea fácil de usar, en eso estoy de acuerdo sobre todo en las aplicaciones y en el software.

La segunda pregunta sería ¿para qué sirve un smartphone?

(un silencio prologado)

Alumno 1 : bueno yo creo que si depende del usuario del que lo quiera adquirir, porque, como decía el compañero, depende mucho de las funciones que tenga, por ejemplo, para un empresario si es muy indispensable que tenga ciertas funciones su smartphone, a lo mejor para mi es indispensable que tenga reproductor de música, que tenga Facebook, que tenga Twitter, si depende mucho del comprador.

¿Alguien más?

Alumno 6: El teléfono inteligente está en función del usuario y como lo va a utilizar y lo práctico que va a ser.

Hablando de sus teléfonos ¿qué los hace ser sus teléfonos? Vaya, si todos los teléfonos apagados son realmente muy similares ¿Qué es lo que los diferencia de otros teléfonos?

Estudiante 3: pues, las aplicaciones y como lo vas personalizando, que iconos le pones, los sonidos, los juegos que tu le pones...

Estudiante 4: también puede ser el sistema operativo que se diferencia entre todos los usuarios y la otra las herramientas a las que tú le das preferencia al teléfono, si utilizas más ciertas aplicaciones por tu trabajo por la escuela o por diversión eso lo hace como parte de ...las cosas personales, por ejemplo, dentro de la galería, tu puedes configurar las imágenes de tu teléfono ya sea para mostrárselo a alguien o porque quieres verlo por verlo o simplemente por que necesitas tenerlo en algún sitio.

Y en ese sentido ¿Qué los motivó para comprar un teléfono inteligente?

Estudiante 5: a mí me motivó, que todos tenían un teléfono inteligente, porque un teléfono sencillo pues, cómo para que te sirve, puedes tener una tablet como una computadora para checar tus redes sociales, pero poder llevar esto a todas partes como es un teléfono, yo si cambié porque todos tenían un teléfono inteligente y el WhatsApp principalmente o no tienes Instagram y no subes imágenes, no es

porque me vea forzado ha, sino que, a veces.. ya... yo tenía a mis hermanos, por ejemplo que ya no se comunicaban de otra forma “oye te mando un inbox” o “mejor mándame un Whats” . Entonces, en primera, me motivó a comprar uno por las ofertas, la oferta de lo que costaba el celular y porque lo mismo de que, ya es un poco más necesario cuando convives con un entorno donde solo se ocupa eso, por eso me motivó a comprarlo.

Estudiante 2: En mi caso, bueno yo digo que, con todo el avance de la tecnología, nos hacemos más dependientes a estar comunicados, ya sea WhatsApp, Facebook, Twitter, mensajes multimedia, etc. Eso es lo que a mí me motivó a comprar un smartphone, porque a lo mejor, yo si tenía algo importante que decirle a alguien y por cualquier razón no tengo saldo ocupo transferencia de datos y ya le mandé las respuestas del examen. Eso también motiva para que tu compres un smartphone, otra cosa que también me motivó a mí, es el poder guardar tus archivos y no estar imprimiendo a cada rato tus trabajo, entonces ya los guardo en el celular ya los puedo revisar más fácilmente.

Estudiante 2: yo lo veo más por tener una conexión, por ejemplo para mi trabajo.

Estudiante 6: A mí me motivaron los juegos por que antes traía eran más simples, ya había algunos teléfonos con juegos diversos pero con estos celulares es más práctico.

La siguiente pregunta sería ¿cuáles compañías que fabrican smartphones son más relevantes para ustedes?

Estudiante 4: Samsung, Apple.

Estudiante 5: bueno, esas son las importantes, ahorita por ejemplo Nokia pues ya la absorbieron y Alcatel está como que...no queriéndose morir, está en la línea de que si no innova pero, yo creo que ya está del otro lado, ahorita con la línea del One touch, yo creo que es uno de los pioneros con Samsung y Apple.

Estudiante 2: Motorola también ya está dando sus últimos...

Estudiante 1: lo que pasa es que, en el mercado de los celulares hay diferentes nichos del mercado y hay para todos y para todos los niveles de ingreso y vaya, a las compañías como Alcatel, no se me ocurre otras, han entrado a los nichos de mediado ingreso.

**Ya veo, bueno, la siguiente pregunta sería, los comerciales o mejor dicho, la imagen que proyectan estas compañías ¿con qué las relacionan ustedes?
Por ejemplo en este caso, Apple, Microsoft, Samsung etc.**

Estudiante 1: principalmente, Apple es exclusividad, para gente de mayores ingresos.

Y las otras compañías ¿con qué las relacionan?

Estudiante 4: con diversión y comunicación. Por ejemplo, Microsoft, lo primero que me viene a la mente es diversión, porque, independientemente de los otros teléfonos, por ejemplo, las otras áreas con las que se presentan esta compañía, por ejemplo, Apple, lo primero que se me viene a la mente es música y Samsung, pues lo ubico más por el teléfono como más personal.

Estudiante 5: Apple se me hace más de diseñadores aparte de las exclusivas, porque ahora con lo que sacaron con lo del 6 y el 6 plus, fue así como de “la cámara” el “slow motion”, pues una persona normal no lo ocuparía o no sabría ocuparlo, entonces es más como para diseñadores.

Otra pregunta sería ¿Qué opinan de los manuales de los Smartphones?

(el grupo se ríe)

Estudiante 4: qué son inútiles.

Estudiante 2: compré este teléfono hace 6 meses y no venía en la caja, lo tuve que descargar, se me hizo muy raro porque, quería ver diversas funciones, incluso como se llega a abrir, pero no venía, lo descargue y sólo leí el índice. No fue de mi interés.

Estudiante 1: además muchas veces ya las compañías ya no... bueno a mí me ha tocado por ejemplo, ya no meten el instructivo así como tal sino, ya te lo dan predeterminado en tu celular, al momento que lo prendes por primera vez ...

Estudiante 5: ya son más tutoriales, ya los celulares te muestran cómo utilizarlos.

¿Cuáles son los mejores smartphones actualmente para ustedes?

Estudiante 3: a mí me gustan los de Samsung, se me hacen más funcionales.

Estudiante 2: yo digo que Motorola y Samsung. Apple no porque, si está constantemente innovando y todo pero sus innovaciones van más al tamaño de la pantalla al celular y meterle cualquier aplicación que de verdad no sirve para nada.

Estudiante 6: Para mí, Apple.

Estudiante 5: yo agregaría LG, como que también está en la línea de trabajo de Samsung, como que tratando de superar y se esfuerza a veces en sus modelos o sea, porque tenemos la idea de que la competencia está entre Samsung y Apple,

Samsung a veces le gana y sale el Iphone 6 y luego sale el Galaxy 820 y como que LG se mueve más como Motorola que son un poco independientes a la competencia.

En un caso hipotético en el que ustedes tuvieran una gran cantidad de dinero ¿qué teléfono comprarían?

Estudiante 6: un Iphone.

(el grupo ríe)

Estudiante 4: yo me quedaría con el mismo, las funciones que utilizo son simplemente de comunicación son muy básicas, no necesito como tener todo si no lo voy a ocupar, paraqué quiero un teléfono que tiene mil funciones, cuando solo ocuparía tal vez cuatro.

Estudiante 5: yo me quedaría con un software Android, se me hace mejor Samsung por que tiene muy buenas aplicaciones, porque tiene música, video y así...

La siguiente pregunta sería ¿cuál es la opinión de sus teléfonos?

Estudiante 1: el mío por ejemplo, yo tengo un BlackBerry y a mí se me hace básico y para lo que lo uso, yo no lo uso para juegos y así pero, organiza muy bien los tiempos y las notificaciones, para mi es lo esencial y no tengo la necesidad de tener un Galaxy por ejemplo.

Estudiante 2: bueno, yo tengo un Motorola HD y no se me hace algo excesivo está acorde a mis necesidades, puedo descargar mis archivos y los puedo revisar aquí en la escuela y tengo acceso a redes sociales.

Estudiante 4: yo por ejemplo, he visto muchos teléfonos que están fuera de las marcas comunes y sin embargo, a pesar de que tienen las mismas funciones que otro teléfono son más baratos, este teléfono me agradó por que tiene resistencia y a lo mejor uno puede pensar que nada más compras por la marca pero en algunos casos es la confianza que tú tienes por el tiempo que llevas y por otra parte que ya ha funcionado en otras ocasiones, no solamente es la confianza en general, sino lo que yo he visto, en mi experiencia y porque sé que ... lo barato sale caro, puedes comprar otro teléfono sencillo que a simple vista te puede dar lo mismo pero a largo plazo no te va a dar la misma resistencia o rendimiento que te puede dar un teléfono que ya conoces con base a experiencia.

Bueno y ¿dónde utilizan más su teléfono?

Estudiante 4: duermo con él, con eso te digo todo.

(el grupo bromea por el comentario de la compañera)

Estudiante 1: creo que todos o la mayoría le damos un uso constante, no hay como un lugar o alguna parte específica...

Estudiante 5: incluso en el baño.

Estudiante 1: aja, incluso hasta en el baño te lo llevas y estás jugando.

(el grupo bromea sobre el comentario)

Estudiante 1: y así, no hay un lugar en particular.

En promedio, al mes ¿cuánto gastan en su smartphone? Ya sea, tiempo aire, aplicaciones etc.

Estudiante 3: yo tengo un plan de 200 pesos al mes.

Estudiante 4: 200 pesos.

Estudiante 5: yo creo que gasto...100 o 150 pesos.

Estudiante 6: yo casi no le meto crédito.

(los otros compañeros concuerdan con 200 pesos al mes)

¿Qué es una aplicación o una app, para ustedes?

Estudiante 4: una herramienta que te guía o te sirve para ... cualquier cosa...

Estudiante 5: puede ser una herramienta, puede ser también como... algo que le da personalidad, por ejemplo como decían, yo le doy personalidad a mi teléfono cargándolo por ejemplo... hay aplicaciones que cambian el diseño de tu teléfono, aplicaciones de juegos también, de diversión, aplicaciones para descargar música, yo creo que es una extensión del teléfono, a lo mejor la cámara es una extensión fuera de él pero, lo personalizas con las aplicaciones, no todos tenemos las mismas aplicaciones porque también es una personalización de tu teléfono.

¿cuáles utilizan más?

Estudiante 4: WhatsApp.

Estudiante 1,2,3 y 6: Facebook.

Estudiante 5: Candy crush.

¿Qué les agrada o que les desagrada de las aplicaciones?

Estudiante 4: a veces son muy lentas.

Estudiante 2: a veces prometen más de lo que realmente hacen.

Estudiante 4: si esas actualizaciones, al final, el teléfono puede tener mucha memoria pero, conforme va pasando el tiempo, con todas las actualizaciones que le vas metiendo, ya no te va a rendir lo mismo porque está absorbiendo tu memoria.

Estudiante 1: que tienen un costo, para lo que, no sé, FIFA 2014 en tu teléfono, todavía en una consola de video juego voy de acuerdo, pero en un celular, pagar 40 o 50 pesos, no, sinceramente no.

Bueno, esta es la última pregunta ¿cómo creen que ha cambiado su entorno el uso del smartphone?

Estudiante 4: fuertísimo.

Estudiante 1: este año, como te lo dije hace rato, si me ha cambiado mucho porque, simplemente en el aspecto de estar más comunicado con mis amigos, por el hecho de que te decía que a lo mejor tengo una duda en alguna tarea y rápido sale, pregunto así por el WhatsApp o no sé, que se me haya olvidado traer algún trabajo, rápido mando un correo y ya, pues sí, ha cambiado mucho el uso del teléfono.

Estudiante 2: Me ha ayudado a ser más, organizado, igual, mantener contacto con, a lo mejor gente que no veo en mucho tiempo por medio de las redes sociales y WhatsApp.

Estudiante 3: Pues a mí me ha servido para mi trabajo principalmente y para estar más en contacto con las personas porque, como estoy trabajando y a veces no hay donde me localizan.

Estudiante 4: para mí es curioso porque, al mismo tiempo que me ha facilitado la comunicación me ha aislado, entonces, de alguna manera puedo enviar cosas que en persona son difíciles de entregar o que por la portabilidad, puedo manejar información que está cerca la puedo imprimir y además, son mil cosas más pero... ya en un entorno social, si me ha aislado.

Estudiante 5: yo creo que igual, comunicación porque, no tengo mucho tiempo con el teléfono, apenas como 6 meses y mis papas dicen "oye, nada más desde que tienes el teléfono estás con esa chingadera todo el día" pero por ejemplo tenía amigos, igual aquí en la escuela, armamos un grupo de trabajo en el Whats y allí trabajo o te etiquetamos en una foto en Instagram y así de.. ya nada más llegaba y

compartía algo en Instagram o Facebook, entonces, he tenido a varias chicas que me dicen “naa solo por Whats”

(el grupo ríe)

Estudiante 2: jajaja que triste.

Estudiante 5: entonces si me ha servido para la relación con personas no físicas pero, no tanto así para aislarme pero es un poco complicado.

Estudiante 6: pues, como decía la compañera, también para el trabajo pienso “me faltó hacer esto, me lo mandan y lo haces” tenemos esta tecnología pero nos hace (hace una seña refiriéndose a más flojos) y pues ya, te puedes hacer pato.

**El moderador se despide y agradece el tiempo brindado a los compañeros.
Termina el grupo.**

Grupo Focal

Relaciones Internacionales

Número de integrantes: 6

Fernando – Séptimo semestre (Alumno 1)

Estéfani– Séptimo semestre (Alumno 2)

Adrián – Séptimo semestre (Alumna 3)

Brenda– Séptimo semestre (Alumna 4)

Miguel – Séptimo semestre (Alumno 5)

Anahí – Séptimo semestre (Alumno 6)

Nota: una alumna se integró unos cuantos minutos después de iniciado el grupo sin embargo, no afectó en nada la dinámica, los estudiantes parecían conocerse entre sí, lo que generó un buen ambiente para ellos.

El grupo focal o de discusión inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos. El grupo focal se llevó a cabo de la siguiente manera:

La primera pregunta es, para ustedes ¿qué características físicas o en términos de hardware, todo lo que podemos tocar, configuran un smartphone?

Estudiante 1: cámara frontal y cámara normal (trasera), que sea delgado.

Estudiante 3: tiene que ser accesible y tener hasta cierto punto una pantalla táctil.

Estudiante 5: se supone que para un teléfono sea inteligente, entre más cosas pueda hacer por sí solo, se le consideraría un teléfono inteligente porque si no, sería un teléfono cualquiera. Entonces, obviamente, entre menos esfuerzo tú hagas para utilizarlo es lo que lo hace inteligente, entre menos botones, las dos cámaras, que todo sea táctil y que implique menos esfuerzo.

Y en cuestión de software, de programas ¿qué constituye a un teléfono?

Estudiante 1: hoy en día, las aplicaciones, para que sea inteligente debe tener buenas aplicaciones porque muchos tienen la posibilidad de almacenar juegos y contactos, pero si tiene la posibilidad en... y las aplicaciones entre menos te sirvan mejor, porque hay aplicaciones para cada cosa, que hay aplicaciones para “esto”, que hay aplicaciones que te dicen cuantos pasos diste en el día, entonces, entre más aplicaciones tiene, es más inteligente.

Estudiante 3: aparte, debe de tener hasta cierto punto, el mayor contenido de facilidades para su uso, o sea, por ejemplo, la cámara o por ejemplo, que traiga reproductor de música, que traiga aplicaciones para salud, que en vez de traer un reloj especial para ir a correr, que el mismo celular lo traiga, o sea, eso es la configuración de lo que hace un smartphone.

Estudiante 6: pues igual las aplicaciones.

En ese sentido ¿para qué sirve un smartphone?

Estudiante 5: para compactar todo en un solo dispositivo, en la actualidad ya no es necesario que traigas una computadora, proyector y demás. Por ejemplo, en la actualidad, los teléfonos más inteligentes son los más caros, inclusive ya todo lo haces por Bluetooth o Wi-Fi. Ya hasta puedes imprimir o puedes proyectar algo, puedes tener Word, Excel, Power point, puedes leer documentos, libros, escuchar música, todo ese tipo de cosas.

Estudiante 4: ya no es tan fácil perderte en la ciudad porque te ubicas enseguida y pueden contactarte luego luego, en cualquier sitio hay internet, luego luego te metes y puedes hacer infinidad de cosas e igual que la cámara sea de muchos pixeles, ya no es necesario comprar una cámara digital con alta definición por que el celular ya lo tiene.

Estudiante 3: aparte, la facilidad de comunicación con las demás personas porque, en cualquier momento te puedes comunicar con cualquier persona, o sea, en todo momento puedes estar conectado a internet ya no es necesario que traigas, o sea, antes había módems móviles y pues ahorita ya el celular tiene Wi-Fi, la red de datos e incluso hay celulares que sirven como módems para conectarse a través del celular a los datos.

Estudiante 5: de hecho yo, para lo último que uso el celular es para hablar y está muy comprobado, anteriormente el teléfono servía para hacer llamadas pero, cualquier persona que tiene un plan se puede dar cuenta que lo menos que hacen con el teléfono es llamar. Te comunicas con mensajes, WhatsApp, infinidad de comunicaciones, inclusive hasta por el Face y demás, pero ya lo último que haces es hablar con una persona de viva voz.

Hablando de las compañías ¿cuáles creen que son las más importantes? Obviamente hablando de las que fabrican smartphones.

Estudiante 3: Actualmente, Samsung.

Estudiante 2: Sony.

Estudiante 5: Apple.

Estudiante 3: también Motorola está tomando fuerza.

(El grupo hace bromas sobre Motorola)

Estudiante 3: me refiero a que, actualmente los teléfonos inteligentes más eficientes son de Motorola, por eso están apenas introduciéndose al mercado. También Huawei, creo que es una empresa china y también está tomando fuerza en ese sentido, Nokia como que se rezagó un poco pero, por que fue comprada por Windows, digo, Microsoft.

Hablando en términos de publicidad ¿con qué asociarían la publicidad de estas compañías?

Estudiante 5: Tecnología. Lo que más te proyectan en una publicidad de cualquier compañía es la alta tecnología en el comercial tu vez que el teléfono se transforma, camina, habla y tú dices “hay güey”, te tratan de darte a tender, obviamente en sentido figurativo, que el teléfono puede hacer todo eso. Yo recuerdo un comercial de Samsung apenas que sacó la nueva línea, el S6, donde, supuestamente, el teléfono se hacía grande, chiquito, te proyectaba cosas. Entonces, tu vez eso y lo asocias a la tecnología de punta.

Estudiante 2: Estatus. En la actualidad, la tecnología es lo que te da estatus social, dependiendo del teléfono que traigas, es como eres, o sea, sacas tu teléfono y ya sabes y dices “ah, a este le alcanzó para comprarse un buen teléfono, entonces debe ser un buen chavo, una buena persona”.

(el grupo ríe y hace bromas al respecto)

Estudiante 2: y alguien que trae otro teléfono, con lamparita X, entonces, pues... una de dos, o lo acaban de asaltar o no le alcanza para comprar un teléfono.

(el grupo vuelve a reír y a hacer bromas)

Estudiante 3: otra palabra podría ser innovación, porque, las empresas siempre buscan a pesar de la tecnología, porque, la tecnología es una cosa y la innovación es otra, siempre van a buscar estar a la punta y adelante sobre todos los demás, o sea, cuando una empresa genera una nueva aplicación, las demás empresas ya quieren copiarlo, pero la empresa que lo generó es la innovadora, la que siempre va ir hacia adelante.

Estudiante 1: yo lo considero como una red global, todos los lugares a los que vas, todos son publicados en redes sociales y tienes que poner, asistiré o no asistiré y, muchas veces la gente ni se entera porque ya no se habla y dicen “oye, no vas a ir a la fiesta de Miguel” y muchas veces la gente dice “no pues a mí no me invitó” y sí están invitados pero en Facebook entonces ,para enterarte de ciertas cosas debes estar conectado a ésta red global.

Estudiante 4: de Samsung, yo recuerdo el comercial de... ésta cosita de la batería que se le está acabando y no sé cómo le hacen que llega un poco más, no sé.

(el grupo se ríe y hace bromas del comentario de la estudiante 4)

Estudiante 1: yo recuerdo que cuando salió el Iphone 6 en México, lo sacó Iusacel y decían “mi teléfono puede hacer esto y esto” y después dijeron con las aplicaciones “toma una foto y te decimos cuantas calorías tiene lo que consumes”.

Estudiante 3: yo recuerdo uno de Sony Erickson que sacó para promocionar que el teléfono se puede sumergir en el agua y tomar fotografías.

Estudiante 5: yo creo que la propaganda siempre la van a usar las empresas para hacer ver más fuerte su ... para sobresalir sobre las demás con base en las fortalezas que tiene, porque, cada smartphone es diferente, entonces por ejemplo, Apple, los Iphone, cuando los anuncian, siempre van ligados a la elegancia, o sea, nunca vas a ver que en algún comercial de Iphone, salga un tipo gritando, los comerciales de Iphone siempre te ponen el teléfono, te lo enfocan y lo giran, entonces tu lo vez y dices “ese teléfono no es para mí, ese es para gente de clases altas, refinadas”. Entonces tu vez un comercial de Sony, es muy juvenil, con sonido, la música y todo eso, entonces, como que te identifican y a lo mejor no lo compras, pero en la propaganda te sientes identificado.

En ese sentido ¿con qué ideas o sentimientos asociarían a los teléfonos de estas compañías?

(los estudiantes realizaron bromas sobre Motorola)

Estudiante 5: alguna vez, vi un estudio que hicieron en internet que decía, que lo que más sorprende a las personas es traer el último Iphone pero, aclaraba, el último, sí tú tienes ahorita el 5, ya estás medio pobre, por qué, porque ya está ahorita el 6, después de eso, sí traes un Samsung es porque te gusta Android y de allí para abajo, ponían que el poder adquisitivo ya no es como para tener un Galaxy o un Iphone, entonces, yo creo que la propaganda también te mente esa parte del estatus, porque no es lo mismo la manera en que te anuncian Motorola, que la manera en que te anuncian un Galaxy, que te anuncian un Iphone, inclusive, si eres un poco más minucioso, tú puedes ver que tal empresa le invirtió

tanto dinero en hacer un comercial y la otra lo hizo solo por hacerlo. Es como Telcel y Movistar.

Estudiante 3: incluso, las mismas compañías, hacen una división de estatus o de clase, en gama baja, gama media y gama alta, incluso, los de gama baja son los celulares que cuestan 300 pesos con lamparita y cosas así, bueno, ya de allí para arriba igual y también allí están los Motorola. El caso aquí es que, los dividen así por el mismo estatus que genera la sociedad porque, una persona con un estatus digamos de perfil bajo, no se va a comprar uno de gama alta sino, siempre va a buscar uno de gama media hacia abajo, para que sea accesible para él.

Estudiante 4: eso provoca muchas veces que aunque no tengan dinero o no tenga comida pero, tiene un Iphone, porque hay gente que no tiene para sus pasajes pero trae un súper celular y eso es una cuestión de estatus porque...

Estudiante 6: la sociedad te presiona para que lo tengas, porque si hay alguien más que trae un súper celular, pues dices "ah, yo quisiera tener ese mismo celular".

Estudiante 5: bueno y tiene razón Adrian (estudiante 3), las compañías los divide, en el comercial no te pasan el teléfono más feo, en el comercial vez, por decir algo, al Iphone no lo ves para pobres, pero eso no te lo van a anunciar, en el anuncio vas a ver el que cuesta 15 mil y ya llegas a la tienda y aparte te sale en 18 mil.

Estudiante 1: pues tan solo en los gigas que tiene cada Iphone, 8, 16 y 64...

Estudiante 5: si, y eso te da estatus "traes el Iphone 6, ¿de cuánto es?. De 8" (el estudiante hace una expresión de rechazo) pero si traes el Iphone 7 versión beta con 64 gigas, te imaginas la vida de la persona y dices "ah, bueno, es otra cosa".

(el grupo se ríe y hace bromas)

Y por ejemplo, a ustedes entonces ¿qué les motivó para comprar un teléfono inteligente?

Estudiante 5: que contrataba mi plan y venía gratis.

Estudiante 2: las cámaras.

Estudiante 1 y 3: las aplicaciones.

Estudiante 3: si, las aplicaciones porque, por ejemplo, ya haciendo la diferencia entre un Android a un IOS que en este caso es de Apple, la mayoría de la gente por el lujo de lo que es un Iphone, puede preferir comprarlo porque se ve bonito,

pero si nos vamos a lo que ofrece el sistema operativo, uno se va por el Android. Yo me basé más en eso porque sé que hay muchas más aplicaciones gratuitas, tiene más accesibilidad en ciertas cosas o no tengo para comprar un Iphone.

Y en ese aspecto, si vemos los teléfonos apagados, todos son totalmente iguales pero, hay elementos que hacen de un teléfono, tú teléfono ¿cuáles elementos son esos para ustedes?

Estudiante 1: los gadgets

Estudiante 5: las carcasas.

Estudiante 3: las aplicaciones.

La siguiente pregunta sería ¿cuál es su opinión de los manuales de los smartphones?

Estudiante 1: nadie los lee.

Estudiante 2: nadie los lee, lo que quieres encontrar o buscar, lo encuentras en internet.

Estudiante 1: generalmente usas el teléfono y vas viendo para que sirve cada cosa.

Estudiante 3: si llego a consultarlo es porque fue un caso de emergencia, algo que me haga preguntarme ¿qué le pasó a mi celular?.

Estudiante 5: exacto, cuando pasa algo desconocido con el teléfono, es la única vez que utilizas el manual.

En ese sentido ¿cuáles son los mejores smartphones actualmente para ustedes?

Estudiante 5: yo creo que Galaxy s6.

Estudiante 1: y el 6 plus.

Estudiante 6: si, el Samsung S6.

Y si, en este momento tuvieran poder adquisitivo ¿cuál sería el que desearían más, el que comprarían?

Estudiante 5: pues sigo igual, el S6.

Estudiante 2: pues compraría el más caro.

(los estudiantes hacen bromas al respecto)

Estudiante 1: un Iphone 6 con la máxima cantidad de gigas.

Y en términos generales, hablando de sus teléfonos ¿ qué opinión tienen de sus teléfonos?

Estudiante 1: el mío, está próximo a ser obsoleto.

Estudiante 5: pues, yo estoy feliz con mi teléfono.

Estudiante 2: yo también, a mí me sirve para lo que necesito, soy demasiado básica en eso.

Estudiante 5: sinceramente, yo ya no veo la publicidad, pruebas un teléfono y si el teléfono te salió bien, pues ya te sigues con esa marca.

Estudiante 1: ¿aun qué existen mejores?

Estudiante 5: si, o sea, sí a mi me dicen que el Iphone 6 plus es mejor, yo no me lo compraría.

Estudiante 3: me agrada, puedo jugar en él.

Y ¿dónde usan más sus teléfonos?

Estudiante 2: en la escuela.

Estudiante 5: en todos lados, hasta para ir al baño.

(los estudiantes hacen bromas sobre eso)

Estudiante 5: incluso hasta cuando comes.

Estudiante 3: en el salón de clases. Es la mejor forma de distraerte.

En ese sentido, ¿cuánto gastan al mes en sus teléfonos?

Estudiante 5: yo, como mil pesos, que es lo que pago en el plan.

Estudiante 3: 400 pesos.

Estudiante 1: como 500.

Estudiante 4: si, como 500.

Estudiante 2: es que, yo no lo pago, no sé...como 600 pesos.

Bueno, cambiando un poco de tema ¿qué es un app? ¿cómo definen lo que es una aplicación?

Estudiante 5: es algo que usamos cotidianamente, pero resumido en un cuadrito.

(el grupo se ríe)

Estudiante 1: como una forma de pasar el tiempo.

Estudiante 2: es algo que lo hace funcionar, porque hay aplicaciones que son funcionales.

Estudiante 5: App, es la abreviatura de aplicación, pues, tienen ciertas características o algunas funcionalidades de un programa o software, que se aplican en cosas cotidianas de la vida, ya sean, juegos, mensajería, comunicación, videos, fotos etc.

Entonces ¿cuáles son las aplicaciones que ustedes utilizan más?

Los 6 estudiantes de manera inmediata contestaron: WhatsApp.

Estudiante 1: y Facebook.

Estudiante 5: WhatsApp está en primer lugar.

Estudiante 1: también Telegram.

Estudiante 5: y para qué quieres Telegram si tienes WhatsApp.

Estudiante 1: pues porque allí tienes la opción de ocultar tus mensajes.

Estudiante 5: o sea, mientras uno está sufriendo con las palomitas..

Estudiante 2: está padrísimo eso.

Y en ese sentido ¿qué les agrada de las aplicaciones?

Estudiante 2: que la comunicación se hace más sencilla.

Estudiante 5: no es verdad, ahora no puedes disimular los mensajes con las mentadas palomitas.

Estudiante 5: yo creo que más allá de eso, pero, en la vida cotidiana te meten en unos problemas impresionantes. Te hacen el trabajo y sin trabajo y suena la aplicación y en donde estás a veces es incómodo, ya no existe la privacidad gracias a las aplicaciones...

Estudiante 4: ya no puedes ignorar un mensaje.

Estudiante 5: así como unas te ayudan, no sé, como Twitter que yo lo uso para buscar noticias deportivas y otras cosas, también hay aplicaciones que si te perjudican como el WhatsApp, ese rompe vidas.

Bueno, esta es la última pregunta ¿cómo creen ustedes que el uso de estos aparatos han cambiado su entorno?

Estudiante 6: te facilita todo, en comunicación, el hecho de que traigas una cámara a la mano es muy práctico, básicamente eso.

Estudiante 5: pues, no ha hecho menos sociable, por increíble que parezca, socializar no es platicar con una persona por medio de un aplicación, eso pasa con la pareja, con los papás, hace a la personas más solitaria, pero crees que estás conectado con el mundo cuando en realidad no es así, no conoces al 80% de las personas que tienes en Facebook, creo que los smartphones nos han hecho más inútiles y más antisociales.

Estudiante 4: pues, hay una facilidad en la información, es mucho más fácil, digamos, en caso de un terremoto o algo así, es mucho más fácil que todo mundo se entere al igual que información que no se ve en la televisión, por ejemplo en las redes sociales abunda, pero también eso es propenso a que haya muchas farsas.

Estudiante 3: yo me voy más por el lado de la sociabilidad porque, incluso estar en una plática y ves a alguien con su teléfono celular, es molesto, prefiere estar en sus redes y aplicaciones que estar platicando, es más importante estar conversando con alguien por su dispositivo que platicar con alguien frente a frente.

Estudiante 5: pero no estás platicando, estás conversando porque puedes estar escribiendo un mensaje y poniendo “jajaja” y estar todo serio, yo en lo personal puedo estar platicando con alguien con un mensaje y poner “jajaja” y la otra persona puede imaginar mi cara riendo. Pero posiblemente, del otro lado, ni lo leyó, te hace menos sociable, en realidad no estás conversando, estás comunicándote a letras y números con alguien.

Estudiante 2: si te limita en algo en tu comunicación frente a frente, pero también te controla o sea, estás más controlado que antes, ahorita ya con un mensaje ya saben dónde estás o tienes el GPS activado y ya todo mundo sabe dónde estás, es bastante frustrante hasta cierto punto porque no puedes ser libre, hasta las nuevas leyes que salieron te están controlado porque, la tecnología no está comiendo.

Estudiante 1: realmente es un arma de doble filo, porque así como tienes un fácil acceso a la información, también otros tienen acceso a tu privacidad no puedes pensar que puedes tener fotos privadas y menos si tienes aplicaciones de redes

sociales, es como decir “te vamos a facilitar esto pero, vamos a saber todo de ti” y por el otro lado, quita la interacción, hacer relaciones, mucha gente ya no sabe ...por ejemplo, hay gente que ya no sabe exponer en la universidad porque, todas las veces que se comunica, siempre ha sido por el celular y cuando lo tienes que hacer en persona, no saben cómo manejarlo.

Estudiante 3: aparte hay personas que se la viven en las redes sociales, puede ser una persona con la que convives con ella diariamente y en las redes sociales te están platicando como si nada pero, cuando estás con él en persona, es una persona súper callada, no interactúa contigo.

Estudiante 5: es bien curioso porque, ahora las personas cuando se despide ya no dicen “adiós, bye” ahora dicen “al rato te mando un Whats”. Ya es un limitante el teléfono, igual y ya somos unos esclavos. O que te quedes sin pila, se siente muy feo.

Estudiante 2: quedarte sin pila es lo peor que te puede pasar...

Estudiante 3: las dos peores cosas que te pueden pasar es; quedarte sin pila o que se te vaya la señal.

(el grupo hace bromas sobre eso)

Estudiante 5: a mí me toco un amigo que se le acabó la pila en una fiesta y estaba tan desesperado que empezó a sudar, es más como una esclavitud, ser esclavo del aparato.

Estudiante 3: incluso antes, cargabas el teléfono y te duraba 2 o 3 días la pila, ahora tienes que estar cargando el cargado porque sino ya valió.

Estudiante 5: igual también cuando te lo roban, lo primero que tú vas a hacer comunicarle a tus familiares que lo perdiste o que te lo robaron y lo segundo que vas a hacer es comprarte otro inmediatamente, si se puede el mismo día, lo haces sino, al día siguiente. Difícilmente vas a encontrar alguien que diga “huy, me lo robaron, sigamos con nuestras vidas” , antes de seguir mi vida me compro otro celular, así empeñe toda la tarjeta, pero sin teléfono no me puedo quedar.

Algo más que quieran agregar.

Estudiantes: no es todo.

Muchas gracias por su atención y tiempo.

El grupo concluyó sin ningún tipo de inconveniente.

Grupo Focal

Sociología

Número de integrantes: 9

Edgar-Primer semestre (estudiante 1)
Sandy-tercer semestre (estudiante 2)
Daniela –tercer semestre (estudiante 3)
Lucia-tercer semestre (estudiante 4)
Eduardo-primer semestre (estudiante 5)
Dulce primer semestre (estudiante 6)
Lore primer semestre (estudiante 7)
Lizbeth primer semestre (estudiante 8)
Joselin primer semestre (estudiante 9)

Notas del grupo: al principio algunos de los integrantes se sentían inhibidos por reunirse por primera vez, gradualmente fueron perdiendo el temor y fueron incorporándose a la plática con breves participaciones aun así, resaltaron las participaciones de algunos estudiantes sobre otros a pesar de las invitaciones constantes del moderador a participar en la discusión.

Cabe señalar que algunos estudiantes se mostraban cansados y distraídos probablemente producto de las actividades realizadas a lo largo del día. El grupo focal se llevó a cabo al final de sus labores académicas de ese día.

El grupo focal o de discusión inició la sesión con una cálida bienvenida por parte del moderador así como una cordial invitación a que tomaran todas las golosinas que quisieran dispuestas en la mesa para ellos, posteriormente se les invito a hacer una breve presentación que incluyera su nombre y el semestre que se encontraban cursando en ese momento. Terminando esto, comenzó la dinámica con las siguientes preguntas:

¿Qué características de hardware es decir, características físicas creen que constituye un teléfono inteligente? ¿qué hace a un teléfono inteligente ser un teléfono inteligente hablando de las cosas físicas?

Estudiante 4: Que sea touch.

Estudiante 3: Delgado.

Estudiante 6: Ligerito.

Estudiante 3 y estudiante 8: Discreto.

Estudiante 1: es que, bueno, no entendí muy bien la pregunta ósea, cómo se describe o que lo compone (moderar interviene remarcando que lo compone físicamente), ah, físicamente: una motherwort, núcleo ya sea de...uno o dos núcleos depende del procesador, depende de las pantallas y pues ya es lo que yo pienso.

Estudiante 4: No solamente son el procesador.

(parte inaudible de breve entrecruce de diálogos entre 3 estudiantes)

Estudiante 1: aja ósea, por eso era mi pregunta ¿internamente como se constituye?

Estudiante 3: pero sigue siendo hardware.

Moderador: ¿algún otro elemento que consideren importante físicamente de un teléfono inteligente?

Estudiante 4: Que tengas acceso a internet.

Moderador: ¿algún otro elemento?

Estudiante 2: Uhm, pues físicamente ...su cámara.

Estudiante 1: Cámara, tarjeta de video, tarjeta de red.

Estudiante 3: tarjeta de memoria.

Hablando por ejemplo del software, es decir de los programas,

Estudiante 9: para hacer la tarea.

Estudiante 5: Que sea rápido, que no se trabe tanto.

Estudiante 1: Un sistema ligero.

Y programas en específico que necesiten...

Estudiante 9: Para descarga de música.

Estudiante 5: Comunicación y acceso a información e internet, Facebook, Twiter.

Estudiante 9: acceso a redes sociales, sino no.

Y por ejemplo, alguna tienda virtual ¿creen que sea necesario?

Estudiante 1: Está la *playstore*, no? Bueno depende si es de Adroid o si es de otra.

Estudiante 8: Depende del sistema operativo.

Y en ese sentido, ¿para qué sirve un smartphone, para qué sirve un teléfono inteligente?

Estudiante 1: Para perder el tiempo (risas)

Estudiante 8: Si lo vemos desde nuestro puto de adolescentes, así como un aparato de entretenimiento, si ya lo vemos del lado profesional como para facilitar el trabajo comunicarte más rápido, desplazar información, más más rápido.

Estudiante 6: Igual como estudiantes, te sirve para hacer tus trabajos, exposiciones etc.

Estudiante 1: pues es que en teoría (interrumpió la participación de estudiante 6 y estudiante 8) bueno, si perdón.

Estudiante 9: En teoría eso es la práctica, para lo que se hace, pero la mercadotecnia te mete que es para: Facebook, Twiter, internet, para el WhatsApp, para jugar para descargar para hacer esto para hacer otro, menos para lo que en realidad fue hecho.

Estudiante 1: Fue creado como una herramienta pero es para lo que menos se usa.

Y en ese sentido por ejemplo, la compañera dijo se usa para todo menos para lo que fue hecho entonces ¿para qué piensan que fue hecho?

Estudiante 3: Para comunicarte más rápido para..

Estudiante 8: Herramienta de trabajo.

Estudiante 2: Facilitarte barias cosas ósea, acciones que a lo mejor en el momento son necesaria porque el hecho que tenga calculadora tu celular pero de pronto la necesitas, una calculadora no la tienes siempre a la mano, de pronto se te hace muy sencillo ósea muy eficiente que el celular tenga calculadora, algo tan simple.

Estudiante 3: aparte tiene funciones avanzadas, algunos ya tienen Windows y todas esas cosas.

Estudiante 4: Es que en eso estás cargando la computadora, la video, la cámara, el celular aparte. Y bueno, antes estaban (hace un gesto refiriéndose a algo

pequeño con la mano) para mandar mensajes, no me acuerdo como se llaman estas cosas..

Estudiante 6: Los bippers

Estudiante4: Los bippers, servían para mandar mensajes que era aparte de un celular con llamadas. Tiene todas esas características integradas, aunque yo siento que se pierde un poco el smartphone, porque si es un celular; pero el celular está hecho para solo llamadas, entonces, tiene tantas cosas. Yo le digo a mi papá, bueno a mi familia en general, yo siento que de verdad esa es una mini computadora que además puede recibir llamadas.

Si es una buena observación, ¿qué opinas tú compañero?

Estudiante 5: No pues concuerdo (carcajadas de todos). Principalmente muy objetivamente es un celular, es para hacer una llamada muy aparte de un lugar fijo para que te puedas estarte moviendo y estarte comunicando, aunque muchas veces lo ocupamos bueno, las herramientas que nos facilitan las ocupamos también como un distractor ahora y no le damos ese buen peso que debe de tener, creo que es una herramienta que ahora nos facilita muchas cosas como comunicarnos, como hacer un trabajo que puedes hacer en una computadora en tu casa pero a veces no te da tiempo, no estás en tu casa y lo puedes hacer aquí, al igual que si necesitas sacar alguna información una imagen hasta una canción que también te puede servir como una información la puedes obtener fácilmente por tu smartphone, muchas veces, mas bien, en la mayoría de veces, la mayoría de las personas le damos un uso muy diferente para lo que debería de ser y para lo que nos puede llegar a servir.

Muy buena observación y por ejemplo, supongo que ustedes tienen algún teléfono inteligente.

Estudiante 4: digamos que el porcentaje es de 10 a 90.

Bueno pero aquí en el grupo.

Estudiante 4: por eso yo no tengo, mi celular no es..bueno si puedo tomar fotitos y todo pero, para todo lo de mas.. es negado.

Estudiante 2: Pero también es un celular es inteligente (risas de todos)

Estudiante 4: Bueno si pero, un Android así que funcione realmente, no funciona, no sé cómo demonios le hice para que el touch no funcionara, hay teclas que no funcionan.

Ok, bueno, entonces en ese sentido ¿qué hace de su teléfono ser su teléfono? Es decir, que hace que tu teléfono por ejemplo, digamos el teléfono del compañero sea el teléfono del compañero ¿qué elementos consideran que hace que sea su teléfono?

Estudiante 1: Mi sesión abierta.

(risas del grupo)

Estudiante 4: Es todo, no? Incluso qué tipo de funda le pones, como caracterizas a los contactos que tienes porque, bueno, a veces muchas veces no les ponemos ahí se llama Sergio, le pusimos chuchito, le ponemos Juancho incluso, muchos apodos como bebe, cariño. Muchas cosas que, otra persona puede llegar a ver tu celular e intentar ocuparlo y decir “esto qué?” por qué, porque lo modificas acorde a tus gustos, de acuerdo a cuantas pantallas quieres, quien quieres que salga como contacto ¿cómo se dice? ...como un intervínculo y pasarlo a otro lado.

Estudiante 1: Bueno yo lo veo como una ventaja que lo puedes personalizar como tú quieras y más porque, digamos, si sí sabes un poco de programación pues ya le mueves al sistema ya le mueves aquí, y ya como que haces tuyo al teléfono, es como parte de ti.

Estudiante 4: incluso la contraseña.

Estudiante 3: aja la privacidad, ya hay unos que incluso ya tienen identificador de rostro o de huella digital y es como mucha seguridad, bueno por si te lo roban, hay unos que tienen hasta un código de anti robo, bueno te lo roban ya nada mas tú marcas y se elimina todo, lo buscas bueno, lo puedes buscar o simplemente se muere solito, total así.

Estudiante 8: Es la ventaja que les han metido, porque por decir en los planes ya vienen..por decir Nextel, se te pierde tu Nextel, nada más pierdes un equipo, es algo material, ya no es como tus datos, tus contactos, tu información.

Estudiante 4: Si ese sistema de poner el número estaba desde antes de los ...como se llaman smartphones, de hecho estaba desde los Nokia que tenían el jueguito de la serpiente, tu tecleabas eso pero la gente no sabía.

Estudiante 9: si ahorita como que tiene más difusión.

Estudiante 4: Lo que tienen ahora es que, es mucho más fácil, como que te lo advierte desde el principio.

Ya veo ¿algún otro elemento que consideren que haga propio un teléfono para una persona?

Estudiante 3: el mantenimiento que le das, no?

Y hablando un poco de las compañías ¿Cuáles creen que son las compañías que fabrican smartphones más relevantes actualmente?

La mayoría del grupo contestó al unísono Samsung.

Alguna otra.

Estudiante 1: Motorola, yo le tiro mucho a Motorola porque está muy asociado con Google que es el creador del Android entonces es como... yo siento que se va a ser muy grande.

Estudiante 2: Pero ahorita no. Es el menos creo.

Estudiante 1: ahorita es como, bueno yo creo que va a ser como algo muy grande.

Estudiante 2: yo creo que Sony, no? Sony y Samsung.

Y si tuvieran que enumerar digamos, cuatro, ¿cuáles serían esas cuatro?

Estudiante 8: yo creo que sería como muy difícil enumerarlas, porque si se dan cuenta siempre que sale un smartphone siempre la competencia saca otro, casi igual pero tal vez este prenda un foquito rosa ..

Estudiante 9: o que tenga una aplicación, con que tenga una aplicación más..

Estudiante 1: bueno yo, mi opinión personal, primero primero está Apple, no. Ya después viene Samsung, quizás después Sony y hasta el último Motorola, bueno yo así lo veo, es como mi ranking.

Y ustedes chicas (refiriéndose a las estudiantes 2 y 3)

Estudiante 2: yo creo que está, Sony, también está Apple, Samsung y LG.

Estudiante 7: yo digo que Apple. Porque el sistema operativo que trae el Apple puede manipularse, hay hackers que hackean el software ya con lo que trae Apple y hacen más cosas, ósea lo que puede hacer un Sony lo pueda superar con unas aplicaciones de hackers muchísimo más, para mí es mejor Apple.

Y ustedes compañeros (refiriéndose a los estudiantes 5 y 6)

Estudiante 6: yo digo que Apple

Estudiante 5: yo pienso que la calidad de los teléfono ahorita es por Sony, pero en cuanto a aplicaciones al sistema que tiene el celular también es Apple, después de allí sería Samsung y Sony.

Entonces enumeran Apple, Samsung y Sony, no?

El grupo contesta de manera afirmativa.

Y por ejemplo, hablando de la publicidad de estas compañías ¿qué publicidad o que comercial recuerdan de éstas?

El grupo se queda meditando.

Estudiante 2: yo creo que desafortunadamente no tomamos muy en cuenta los comerciales, yo siento que ya no...

Estudiante 9: pero si se basa mucho en la mercadotecnia en como incita a ..

Estudiante 2: si pero ya, un comercial, un comercial como tal ya no.

Estudiante 1: es que..

Estudiante 2: yo creo que si tú conoces nuevos, es porque lo pasan en las redes sociales y así. Pero como un comercial ya no.

Estudiante 9: pero sigue siendo publicidad.

Estudiante 8: Ya no te lo pasan como comercial de la compañía ...

Estudiante 1: es que yo creo que la mayoría de las compañías, no le tiran a lo que es televisión, le tiran mucho a lo que es internet, ya hay muchísima publicidad por internet, pero ya por televisión es muy raro un anuncio de un teléfono .

Estudiante 2: y no te promocionan el teléfono, te promocionan la compañía.

Estudiante 8: yo pienso que la que si promociona es Nextel porque es el que se ve más que promocióne alguno.

Estudiante 4: yo siento que en si la publicidad, no tienen algo como muy marcado, todos los comerciales de casi todas las compañías cuando sacan uno es como el mismo parámetro, no hay algo que digas "todos estos comerciales son de esta marca" siento que ya se pierde mucho eso que no tienes a decir "ah pues si me acuerdo que vi esto" pero la verdad no me acuerdo si era de este o era de este, yo siento que no tiene como mucho, esta línea. Ósea, tú ves el celular y es un smartphone, en la familia, no puedes tomarle una foto o mandarle un Whats a tu pareja o a tu hijo o a tus papás, es como el clásico, una fiesta algo que tenga que ver con la temática familiar y algo con la oficina. Entonces siempre es cómo lo mismo, en el mismo comercial, no son como muy tajante en un punto.

Bueno yo recuerdo que antes con las cámaras, si decían no y te ponían tal cual si decían no, y te ponían luego luego, haciendo relucir la marca, como si fuera un auto así “la marca” y para todo era “la marca” si tenía un poco de la familia y así, pero para todo era que reconocieras la marca y ahorita eso es que ves tantito el celular y ah mira, puedo mandar WhatsApp más rápido, puedo comprarme tanto o puedo tener tantos contactos o igual ya no es tanto de ver la marca.

Y por ejemplo como dice la compañera. Que la marca es más distintiva que el teléfono entonces ¿Con qué valores asocian la marca? Digamos Apple ¿con qué lo asocian?

Estudiante 1: con el Iphone.

Estudiante 8 y 9: con avance.

Estudiante 9: pero ¿valores qué, materiales o morales?

Morales

Por ejemplo, digamos, yo veo por ejemplo los comerciales de Telcel, no es un teléfono celular, pero es un ejemplo, muchos de estos hablan no sé digamos, la libertad y diversión etc. Entonces en ese sentido, por ejemplo los comerciales de Apple ¿con qué se asocian?

Estudiante 1: con...bueno yo así como que tratan de asociar los teléfonos con la formalidad, creo que entiendo que va por allí el asunto, por ejemplo hasta hace mucho sus productos van con la formalidad, ósea si quieres ser, hasta cierto punto un profesionalista formal de convienen productos Apple, bueno yo así lo entiendo.

Estudiante 2: yo lo veo más como una cuestión de estatus porque es así como que, tienes un Iphone o algo de la esa marca es como que tienes dinero, aja ósea como que tienes lo mejor o de hecho, yo veo que mucha gente que suele tener esos equipos son gente que... siente que tiene muchísimo al tener un teléfono de esos.

Estudiante 9: cuando hay cosas más importantes.

Estudiante 2: si pero yo lo veo mucho como estatus el tener un Iphone y lo primero que hacen es ver su teléfono, como presumir el teléfono.

Estudiante 9: No ven igual para que funciona sino cómo te puede beneficiarte.

(comienzan las alumnas 2, 9 y 6 a hablar al mismo tiempo).

Estudiante 9: “mira mi Iphone” o “Mira mi Iphone 5” mira mi esto o mira mi otro.

Estudiante 4: es como dice mi amigo, tengo el último modelo, tengo el estatus pero no puedo ponerle crédito.

(risas en el grupo)

Estudiante 9: o que se descomponen a la semana.

Estudiante 5, 6 y 8, se rieron.

(El estudiante 5 compartió una anécdota sobre la batería de su teléfono)

Y por ejemplo, la misma pregunta pero relacionada con Sony ¿qué les transmite Sony hablando de los teléfonos?

Estudiante 2: Sony es más la... es más la imagen por que por ejemplo, es el ...lo que tiene Sony es que sus teléfonos son sumergibles, entonces es lo que se le presume ahorita a esos equipos si tienes el más reciente equipo de Sony, tienes un teléfono aprueba de agua que no todas las demás compañías tienen. Eso es como el prestigio que tiene ahorita es lo que se le puede presumir a ese sistema.

Estudiante 1: Bueno yo, Sony lo asocias con resistencia, no?. Samsung lo puedes asociar con velocidad, Motorola igual con un poco de resistencia ósea, ese tipo de detalles.

Ya veo, entonces por ejemplo ¿Samsung con qué lo asociarían?

Estudiante 2: Es que yo creo que en sí la marca es mas como ... la imagen, yo siento que ya la demás marcas son como, ves el equipo y zas que bonito

Estudiante 9: No olvidemos algo Sony era la marca de televisión, radio y estéreos. Ah me compro una tele de Sony y es lo más genial, la resolución de la pantalla y los colores, entonces, te vas por esa...por ejemplo a mi me acaba de pasar, te ofrecen una tele y te dicen su calidad. Ósea, ahora busco un teléfono y no pues Sony por que tiene excelente calidad y la pantalla. Remarcamos los estándares de una televisión un radio un estéreo a un teléfono.

Entonces, en ese sentido ¿qué les motivó para adquirir un teléfono inteligente? O en el caso de la compañera (estudiante 4) ¿qué te motivaría a adquirir uno?

Estudiante 4: En este instante, realmente las clases por que el hecho de estar exponiendo y que puedas ver las diapositivas y muchos otros usos, tomar fotos y decir "solo quiero esta parte" eso es muy bueno, lo de las redes sociales, eso de estar conectado todo el tiempo no me agrada tanto, pero realmente si es bastante cómodo hasta cierto sentido, porque bueno, ahorita es casi la necesidad de todos

porque “cómprame un celular para comunicarme contigo” porque, si entras a la clase y no llego, te mando un WhatsApp, pero luego sucede “es que tú no tienes” ahorita todo es comprarlo por que necesitas de WhatsApp.

Estudiante 3: Algunos profesores crean grupos en facebook para cualquier cosa cualquier cosa se la haces saber, igual que para los trabajos, por comodidad ya todo se puede hacer en el teléfono, como herramienta de trabajo.

Estudiante 1: ósea, yo creo que la mayoría de la gente compra un teléfono, principalmente por la idea de que es una herramienta útil ya sea para tu trabajo, como estudiante, pero más como una herramienta.

Estudiante 9: también depende del gusto, porque como decir, un..

Estudiante 8: un niño de 10 años..

Estudiante 9: aja un niño de 10 año ya trae una tablet.

Estudiante 2: él no lo usa para hablar con alguien, lo usa para jugar.

Estudiante 9: un cuarentón treintañon digamos, que ya está trabajando, en la etapa productiva, es así como de que “márcame a mi trabajo estoy en tal lado”, el Nextel para las alarmas de que hay alguna junta, los calendarios porque bueno, yo lo veo con mi tía, una alarma de algún evento le llega y ya yo me acuerdo. Pero por decir un viejito, personas de la tercera edad que siguen trabajando lo utilizan de igual manera que un cuarentón. Y hay otros que es más como “no, no me sirve esto” y no saben para que sirve, no saben para que funcionan y es contra parte ósea por decir, niños de 10 a menos años y ya utilizan una tablet y hay otros que ni idea. Que es lo que se está viendo ahorita en las escuelas, hay viejitos que bueno personas, que no saben que es una tablet y siguen utilizando los teléfonos de casa o tienes que ir a ver a la abuelita para saber de.

(el grupo hace una broma)

Y por ejemplo, ¿qué opinan de los manuales de los smartphones?

Estudiante 1: que es inservible, bueno, es que la mayoría de las veces es como que, por ejemplo abres el manual y te explica como quitar la tapa, algo que por lógica ya sabes hacer, yo siento que es mucha información que ya conoces, que no te sirve, bueno yo así lo veo.

Estudiante 2: es útil, por algo te lo ponen pero...aquí en México tenemos la falta de cultura de ver los manuales, siempre queremos nosotros hacerlo ósea, sentirnos que ya lo sabemos hacer como dice él, “ah, ya se abrir una tapa” y a la mera hora te cuesta trabajo ...

Estudiante 4: es práctica y error, ¿no? Ósea, yo me acuerdo que si presionas el botón con el circulito que indica prendido, ya está, y si no funciona, le preguntas a una persona para saber cómo funciona, pero leer el manual yo creo que solo es para poderlo desarmar y verlo por dentro que para poder empezarlo a usar. Siento que es más para poder repararlo

Estudiante 7: Yo no los leo, yo creo que están para ver dónde está la alarma jeje, para mí es una cosa insignificante y complicada porque te dice “vete a configuraciones y después a esto” y lo sigues y no llegas.

Estudiante 4: si por que luego cuando hacen las traducciones son muy malas.

Estudiante 6: si, a veces la misma traducción hace que no sientas esa necesidad de poder leerlo.

Entonces para ustedes el manual no es útil..

Estudiante 3, 4 y 8: es útil pero...

Estudiante 1: en lo personal no creo que sea útil..

Estudiante 2: es útil pero no tenemos la cultura de saber cómo utilizarlo.

Estudiante 9: es útil hasta el momento que hace corto.

(el grupo ríe)

Estudiante 9: por ejemplo, a lo mejor se te descompone y vas a la compañía y les dices “no pues es que se me descompuso mi equipo que tiene como un mes” y te preguntan “¿leyó el manual? Es que allí vienen las instrucciones de esto y aquello” también es como un respaldo de la compañía en el caso de que tú hagas un mal uso, no caiga toda la culpa en la compañía, inclusive en muchos vienen hasta la parte de atrás la garantía.

Estudiante 8: yo digo que sí, es como un respaldo para la compañía para no perder tanto capital, como no todo sale bien en su producción y así.

Estudiante 9: y es que al último te meten un chorote (un largo discurso) de “presione tal tecla” luego apague, luego prenda y ya, ósea me echaste todo el chorote del sistema operativo y nada más es esto (hace un gesto con la mano simulando apretar un botón).

Estudiante 1: son muy complejos.

Y por ejemplo ¿cuáles considerarían que son los mejores smartphones actualmente?

Estudiante 1: pues el Iphone, yo creo que es el que encabeza todo.

(silencio prolongado en el grupo)

Algún otro.

Estudiante 1: Los Galaxy, es como la competencia directa del Iphone y de allí ya es un mercado muy grande de competencia.

Entonces, podríamos decir que los mejores en este momento son los de Samsung y de los Apple.

(el grupo en su mayoría asiente con la cabeza)

Y ¿por qué creen eso?

Estudiante 1: pues yo creo que por la mercadotecnia, siempre te meten la idea de que el Iphone es lo mejor y la competencia del Iphone es el Galaxy, te llenan mucho de que es así y te la crees, no.

Estudiante 4: una creencia que yo tengo es, comprar Nokia, esas cosas son casi indestructibles, eso es un problema con los nuevos celulares, son muy frágiles.

(el grupo comienza una discusión sobre Nokia y la durabilidad de los equipos, difícil de escuchar)

Estudiante 8: es que lo que pasa es que nos casamos con la marca, así de que Nokia desde viejo siempre fue así.

Estudiante 4: es que de verdad se rompen muy fáciles todos.

Estudiante 1: yo siento que mucha de la opinión de que, qué teléfono es mejor para ti y así, influye mucho que muchas personas están casadas con las marcas. Ósea, yo creo que la opinión general de cuál es el mejor smartphone y así, es mucho de que la gente se casa con la marca, “yo soy fiel a esta marca” por ejemplo Sony, yo me compro mi televisión Sony, me pantalla Sony, mi teléfono Sony y todo Sony, influye mucho no tanto que tan bueno es el teléfono sino que tanto influye la marca en ti.

Y si en este momento, tuvieran el suficiente dinero para comprar un smartphone ¿Qué smartphone comprarían?

6 de los estudiantes dijeron “el Iphone 6” los otros 2 asintieron con la cabeza y aprobaron ese comentario.

Estudiante 3: yo no compraría el Iphone 6, bueno yo, yo escuche que el teléfono tenía muchas deficiencias, era como una copia del 5 pero era así como, no tratar de mejorar y sacar algo nuevo por la competencia, yo siento que entraron como que en pánico al ver los otros teléfonos como los de Samsung, se notó su desesperación al querer hacer algo..y a aventárnoslo así como que, pues a ver que sale, de hecho, tiene casi las mismas funciones que el 5, pero más delgadito.

Estudiante 2: si yo creo que muchos comprarían, como ahorita se vio en la mayoría, con ese teléfono pero, por el estatus que te da, por que los equipos que salen ahorita, bueno no creo que ellos no sepan lo mal que se está hablando del equipo y sin embargo lo quieren, no es por que digan “no es porque se habla súper bien del equipo, está hermoso, es la novedad, no se parece nada al anterior” no tiene nada que ver con eso, es el estatus que les va a dar el equipo.

Estudiante 4: es que es igual de bueno que el anterior, solo cambia el precio, el anterior costaba mil pesos y este cuesta 14 mil, es mucha la diferencia...

Estudiante 2: el tú saber que un teléfono de cuesta 14 mil pesos y que una persona lo tiene, esa persona piensa que tú piensas que esa persona tiene dinero, por ejemplo si yo veo que alguien tiene el nuevo Iphone, en automático ella va a pensar que veamos el celular, vamos a pensar que ella tiene dinero para adquirir ese equipo y que tiene un estatus mayor a otros.

Estudiante 1: ósea, yo creo que si te da estatus el teléfono, pero por ejemplo, tú como papá, a tus hijos les quieres dar lo mejor y sí tienes dinero y le quieres comprar un celular a tu hijo, pues tu preguntas, cuál es el mejor en el mercado, te van a decir que el que tiene más características, más funciones, más velocidad, pues es tal teléfono, ¿no?. Entonces yo creo que no es a veces tanto el estatus sino querer comprar lo mejor.

Estudiante 4: pero si tu quieres comprar el mejor smartphome, yo lo veo desde el punto de vista de mis amigos, ellos no ven cuantos núcleos tiene, tampoco su capacidad que, al que tiene 5 juegos, el que tiene acceso a internet que sea resistente a los golpes y más si tienes hijos, porque de 15 para abajo, se nos caen y todo, incluso si vas en el transporte te pueden asaltar y eso es un riesgo, ósea, quieres tener algo entre las dos cosas, un punto intermedio, yo siento que es más que por allí. Siento que eso está más en función de la edad, que si estás soltero a que si eres un joven que quisiera tener uno, si lo he visto mucho con los compañeros “es que ya salió el nuevo no se qué” y yo siento que es como “eh, me voy a tener que comprar el otro” pero no es porque sus padres quisieran que ellos carguen un smartphome sino porque ellos quieren tener ese estatus.

Estudiante 9: ósea, si estoy de acuerdo con ustedes con el estatus pero, yo más que nada me voy más en cómo es la persona, hay un dicho que dice “quien lo tiene, lo presume” ósea, si tengo el celular pero no te voy a estar diciendo como “mira mi celular”, si eres una persona consciente que tiene, no vas a andar presumiendo que tienes, a veces voy en la combi y veo ...

Estudiante 1: creo que estamos desviando mucho la pregunta...

Estudiante 9: es que influye mucho , en lo social, en las cuestiones personales.

Y por ejemplo tú compañero (refiriéndome al estudiante 5) ¿cuál comprarías? (pregunta hecha con el fin de retomar el sentido de la pregunta original y evitar discusiones más elevadas entre ellos)

Estudiante 5: primeramente pensaría...para que lo quiero y cómo me beneficiaría mas, porque si lo voy a ocupar como una herramienta de trabajo, puedo comprar ahorita el más nuevo y más rápido, que tenga WhatsApp, Tweter Facebook, acceso a internet, que me de esa facilidad de encontrar y obtener información que estar en cierto ámbito social, pero si mi interés es comprar un celular podría ser eso, pero para lo que yo lo quiero que es mensajes, compro uno diferente que tenga mejor señal telefónica para que me esté comunicando más. Como decían también ahorita, muchos tienen el nuevo celular, acaba de salir la nueva versión y no tienen dinero. Porque si yo lo voy a usar para meterme a jugar, compraría uno que traiga buenos juegos, igual si voy a comprarme uno para meterme a Facebook, que tenga una señal muy rápida, y si lo voy a comprar para mandar mensajes, haciendo llamadas y estar comunicando, compraría uno con una red más amplia...

Y en ese sentido ¿alguno en partículas que quieras?

Estudiante 5: en mi caso, no me interesan los modelos, lo que me interesa primero es que tengan buena señal para llamar y mandar mensajes, segundo si puedo, tener internet y tener acceso a las redes sociales.

Estudiante 4: a mí por ejemplo lo que se me hace un factor, es el tamaño, como que no cabe en la bolsa del pantalón, en mi caso yo soy mujer, lo tienes en tu bolsa, el hecho que puedas traerlo con todas tus cosas...bueno si son muy estorbosos, pero si son muy buenos en cuestión de trabajo.

Y en ese sentido, hablando en particular de sus teléfonos ¿qué opinión tienen de sus teléfonos?

Estudiante 9: el mío es el mejor jeje

Estudiante 5: le acabo de comprar a mi primo este celular, pero fue primeramente por el dijo que si no se lo compraba, porque ni siquiera lo usaba, lo tenía solo para tomar fotos y poner música, también yo lo quise porque mi otro celular, le rompí el display, necesitaba este porque con el otro ni siquiera podría ver quien me llamaba, entonces, yo creo que mi celular no me satisface en un 100% para lo que realmente lo voy a ocupar que es llamar y estarme comunicando, si me puedo meter a internet y tengo acceso a redes sociales y bajar información, pero no me sirve mucho porque no es práctico, a veces se le baja muy rápido la pila.

Estudiante 4: pues, yo estoy acostumbrada a cambiar de celular solo cuando ya no sirve o de plano ya que no pueda repararlo, no me gusta que tenga tantas aplicaciones, yo en lo particular, no me gusta que tenga las mejores aplicaciones sino que tenga exactamente eso, que pueda marcar y que pueda recibir mensajes, en lo particular es a mí lo que me importa, implicaciones como WhatsApp o Facebook, bueno, es más cómodo porque lo que si tengo es una tablet, para mí es más cómodo hacer todo eso en la tablet, pero en lo particular, un smartphone, a mí se me... si me gustan y si me satisfacen pero no creo que necesite algo más.

Y ustedes compañeros que opinión tienen de sus teléfonos

Estudiante 2: a mí, mi celular me satisface un montón, estoy muy a gusto con mi teléfono, me gusta.

Estudiante 3: pues, a mí me sirve para lo que necesito y a lo mejor no es el más caro ni el más vistoso posiblemente pero, me sirve por ejemplo para la tarea sino copie algún apunte solo digo, mándame la foto y yo creo que, es indispensable, al menos para mí que, no tenga tantas aplicaciones porque la verdad ni las ocupo, para mí es suficiente con lo que tiene, para mí el WhatsApp es práctico, pero como dice la compañera (refiriéndose a la estudiante 4), yo tampoco tenía un celular así súper caro pero, tenía amigas y me dijeron que me consiguiera uno y dije bueno, en fin, ya que tenga internet y todo eso.

Estudiante 4: también es eso, no? Depende de tener gente con el que puedas utilizarlo.

Y ustedes compañeros, ¿qué opinan de sus teléfonos?

Estudiante 7: pues sí, para mensajear para llamadas y pues, ocupo más el Face si vengo en la combi, para mí es más cómo traer un Nokia que no es tan llamativo, pues mejor me sería comprar una mp3 o algo más sencillo porque, lo que ocupo es escuchar música, y bueno, pues sí.

Y por lo general ¿dónde ocupan ustedes sus teléfonos?

Estudiante 8: es un poco difícil decir un lugar específico..

Estudiante 1: pues por ejemplo, en la escuela o en tu casa cuando sales...

Estudiante 2: bueno, no creo que haya un lugar ..

Estudiante 1: bueno, yo creo que en tu casa ,no?. Porque en la escuela igual lo guardas, pero en tu casa ya te puedes tirar a usarlo.

Estudiante 9: si como que el mayor uso es en tu casa.

En promedio ¿Cuánto dinero al mes, utilizan en su teléfono? Es decir ¿cuánto dinero le invierten en tiempo aire, accesorios, en aplicaciones, juegos etc.?

Estudiante 9: pues hablando de aplicaciones, hay centros de aplicaciones que te las dan gratis..

Estudiante 1: yo digo que, al mes, como 50 pesos.

(La estudiante 2 concuerda con el estudiante 1 con un movimiento de cabeza)

Estudiante 2: yo digo como unos 70 pesos por el crédito.

Estudiante 5: como 100 pesos de luz jeje.

(el grupo ríe)

Estudiante 8: yo digo que es de acuerdo a tus posibilidades, puede que tu mamá trabaje y necesite estar comunicado, por ejemplo yo con mi familia ...

Estudiante 1 y 2: si, pero tú cuanto gastas en promedio.

Estudiante 8: a bueno, yo me muevo en el rango de 50 pesos.

Estudiante 1: ah, ya

(el grupo ríe y hace bromas)

Y en su opinión ¿Cómo piensan ustedes que el teléfono inteligente ha cambiado nuestro entorno?

Estudiante 3: ha hecho la vida más práctica y digo práctica por que nos hace más ...

Estudiante 2: Sencillas las cosas

Estudiante 3: nos hace más flojos, por ejemplo dices “es que no hice mi tarea” a pero tengo celular, entonces la busco en Google, entonces siento que, ósea si te ayuda en muchas cosas y te hace más práctico pero, caemos en esa línea entre lo práctico y la flojera.

Estudiante 1: ósea, yo digo que te cambia para bien, pero también en otros aspectos te afecta en el hecho de que ya ahorras tiempo, pero ese mismo tiempo ya no lo ocupas para nada, o sea, para no hacer nada productivo pues.

Y ustedes compañeros ¿qué opinan?

Estudiante 6: lo mismo, yo soy de las que no hacen la tarea y llega la profesora y está pasando lista y estoy así con el teléfono haciéndola.

Estudiante 8: Te facilita las cosas pero a la vez, te perjudica porque te da todo muy rápido y ya no es como antes que tenías que ir a la biblioteca y buscar los libros.

Estudiante 1. Ósea, si leemos pero otra veces cuando tienes el Word, nada más lo copias, pegas, lo mandas a imprimir y lo entregas.

Estudiante 3: ya a nuestro nivel no es tan valido, ya se dan cuenta.

Y tú compañero ¿qué opinas?

Estudiante 5.: Pues, todos tenemos muy en claro que es una herramienta muy ágil, tanto podemos tener un muy fácil acceso y también depende de cómo lo uses, porque es tan práctico que nos hace ser huevones, pero si es práctico y es ágil y te hace ahorrar tiempo hasta lo puedes reinvertir. Por ejemplo, voy a investigar rápido una tarea y voy y la busco en mi celular, la voy a mandar en un mensaje y ahorita la transcribo en mi cuaderno. Puedes igual después agarrar y pues, ya es cosa de cada quien y la cultura que tenemos al movernos, al ser prácticos para ser productivos, igual hasta puedes decir “buenos hasta tengo tiempo de buscar un libro” voy a ver si esta información que tengo es similar o son diferentes, cosas que igual no hacemos ...

Estudiante 6: pero podría suceder.

Estudiante 5: aja, yo he visto que alguien, por ejemplo mi primo que ya va a terminar su carrera, es una ingeniería, le gusta mucho estar en fiestas y echando relajo y ponerse bien pedote, pero eso lo hace, no miento, dos veces al año, porque tiene celular, una laptop, una computadora de escritorio y en su cuarto está el modem del internet, más aparte tiene una colección grande de libros y aparte busca en sus libros y hasta con personas que él conoce o con la familia misma

viene y hasta pregunta y bueno, es su forma de trabajar ahora sí que esa misma herramienta la usa para muchas cosas.

Estudiante 1: bueno, yo creo que esa es la manera correcta de...se supone que debería de facilitarnos y además como, darnos más conocimiento pero, yo creo que va como al contrario, muchas veces nos quita el conocimiento que hubiéramos aprendido de otra manera e invertir nuestro tiempo en otras cosas, bueno yo así lo veo.

Bueno, ya para terminar muchachos ¿ qué elementos, en general de smartphone, ya sea sus usos, compra, ósea, en general, en su opinión, qué elementos les disgusta de él? ¿qué no les agrada del smartphone?

(se produjo un prolongado silencio)

El moderador generó un ejemplo para incentivar a los chicos a hablar

Por ejemplo a mí, en mi caso particular. Me molesta que uno esté hablando con alguien tomando un café o una cerveza y la otra persona, esté poniendo más atención o platicando con alguien más por el smartphone, por ejemplo.

Estudiante 2: yo creo que la mayoría de nosotros somos de los que, les molesta gente como tu mencionas, a nuestra edad usamos mucho el teléfono ósea, es más que una herramienta. Ahorita, yo te puedo asegurar que si llegas a tu casa y la única tarea que tienes es investigar que significa “cualquier cosa” no vas a prender la laptop y todo el relajo para buscar una sola cosa, lo puedes buscar en el celular, yo siento que ya a nuestra edad somos más de ese tipo de personas que estamos todo el tiempo con el teléfono, yo soy así. Incluso yo estoy en clase y a mí me hablan y no me importa de lo que estoy hablando y es que estoy en el celular, yo siento que soy más de las que molesta a los demás.

Estudiante 4: yo soy más de cómo de la vieja escuela, el celular ya tiene mucho que ver con quienes te mueves, por ejemplo, casi todos mis compañero en la mañana están usando el teléfono (hace un gesto con las manos a modo de utilización del dispositivo) y fuera del ámbito escolar, por ejemplo, mis amigos en particular, son muy así, bueno, ósea, si toman fotos, si todo pero, usualmente es para convivir entre nosotros, para “así vamos a tomarnos una foto” es una bendición que a esa cosa puedas ponerle un aplicación para que tu veas cómo está saliendo la foto, mis amigos son mucho de, apagar el Wi-Fi, cuando estamos juntos, la verdad si siento que cuando estás conviviendo que lo tengan, si es como muy fastidioso, bueno, bien pudiste haberte quedado en tu casa y seguir mandando WhatsApps y no hay ningún problema. Pero no creo que haya otra característica que moleste del smartphone.

(el grupo muestra estar de acuerdo con la última afirmación)

Estudiante 4: porque en general, no te afecta en nada que otra persona esté usando su teléfono o que tú mismo tengas el teléfono.

Y ustedes chicas..

Estudiante 8: pues me molesta que se descompongan 5 minutos después de que los compro o que se hacen lentos. Estas poniendo aplicaciones que tú crees que te sirven y se vuelven muy lentos, ya hasta que te acostumbras.

Estudiante 5: lo que me molesta de mi celular es que es, tiene una accesibilidad muy fácil pero es muy lento.

Estudiante 1: bueno, yo en lo personal, yo siento que a veces, te desconecta mucho de las personas, cuando tu quieres hablar con alguien y esa persona no está conectada contigo, como cuando alguien está hablando contigo, ósea, yo creo que hay un gran problema el que desconecta mucho a las personas y es como mucho más fácil que te mande un mensaje a que me sienta a platicar.

Pues bueno muchachos, muchas gracias por su tiempo y por sus opiniones.

(se termina la sesión)