



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Arquitectura y Diseño



Efectos del Discurso Visual del Ciberespacio Social en la Cognición de los Jóvenes del Estado de México

TESIS

Para obtener el título de
DOCTOR EN DISEÑO

PRESENTA

Mtro. José Juan Nicanor Méndez

DIRECTOR

Dr. Alberto Álvarez Vallejo

Lectores:

Dr. Ignacio Mendiola Germán

Dra. Eska Elena Solano Meneses

Dra. Martha Patricia Zarza Delgado

Dr. Jesús Enrique de Hoyos Martínez



*“No se puede captar
lo real y su signo:
jamás podremos
dominar ambas cosas
simultáneamente”
(Baudrillard 2002:81).*



ÍNDICE GENERAL

Capítulo I. EL PROBLEMA

1.1 Antecedentes	15
1.1.1 ¿Dónde se inició el contacto con el tema?.....	15
1.1.2 ¿Qué?.....	15
1.1.3 ¿Quiénes?.....	15
1.2 Planteamiento del problema. Descripción	16
1.2.1 Delimitación espacial.....	17
1.2.2 Delimitación temporal.....	18
1.2.3 Delimitación semiótica.....	20
1.2.4 Problematización. Pregunta de investigación.	22
1.2.5 Enunciado o pregunta de investigación.	22
1.3 Objetivo general	22
1.3.1 Objetivos específicos.....	23
1.4 Hipótesis	23
1.5 Justificación	124

Capítulo II. FUNDAMENTOS

2.1 Marco conceptual	27
2.1.1 Efectos.....	28
2.1.2 Discurso visual.	28
2.1.3 Ciberespacio social.	29
2.1.4 Cognición.....	30
2.1.5 Jóvenes.	30
2.2 Marco Teórico	31
2.2.1 Teoría general. Teoría de la complejidad.....	33
2.2.1.1 Teoría del caos.	34
2.2.1.2 El efecto mariposa.....	38
2.2.1.3 El efecto bucle de Morin.....	39
2.2.1.4 Teoría general de la comunicación.....	40
2.2.1.4.1 <i>El discurso desde la lingüística</i>	41
2.2.1.4.2 <i>El discurso como signo</i>	44
2.2.1.4.3 <i>La retórica de las imágenes</i>	45
2.2.1.5 Teoría sociológica del ciberespacio.....	47
2.2.1.5.1 <i>El espacio del saber</i>	49
2.2.1.5.2 <i>El espacio estético</i>	50
2.2.1.5.3 <i>El espacio moral</i>	50
2.2.1.5.4 <i>La ubicuidad y atemporalidad del ciberespacio social</i>	51

2.2.1.6 Teoría constructivista del conocimiento.....	53
2.2.1.7 Teoría sociológica de la juventud.	56
2.3 Marco contextual. Aspectos generales en México, el Estado de México y Ecatepec de Morelos	60
2.3.1 El acceso a internet en el Estado de México.	61
2.3.2 Las instituciones educativas en la CDMX y el Estado de México.	61
2.3.3 Los espacios culturales para los jóvenes en la Ciudad de México y el Estado de México.	62
2.3.4 Demografía en Ecatepec.....	63
2.3.5 Vivienda.....	64
2.3.6 Marginación.....	64
2.3.7 Pobreza.....	64
2.3.8 Economía.....	64
2.3.9 Comercio.....	66
2.3.10 Cultura.....	66
2.1.11 Vialidad.....	67
2.1.12 Seguridad.....	67
2.1.13 Educación.....	67
2.4 Marco referencial	72
2.4.1 ¿Qué es <i>Whatsapp</i> ?.....	75
2.4.2 Como se accede a <i>Whatsapp</i> ?.....	76
2.4.3 ¿Con qué sistemas operativos funciona <i>Whatsapp</i> ?.....	76
2.4.4 Importancia de la interfaz en la producción de mensajes visuales.	77
2.4.4.1 La interfaz de los dispositivos móviles.	77
2.4.4.2 Retícula de la interfaz.....	78
2.4.4.3 La estructura sintáctica de <i>Whatsapp</i>	80
2.4.4.4 La sintaxis visual en la aplicación de <i>Whatsapp</i>	86
2.4.4.5 La ventana de conversación de <i>Whatsapp</i>	88
2.4.5 Signos estéticos.	96
2.4.6 La intervención de la percepción visual.	97
Conclusiones (capítulo II)	100
Capítulo III. PROCEDIMIENTO.	
3.1 Enfoque. Definición de la investigación.....	111
3.2 Observables.	112
3.2.1 Efectos-Discurso Visual.....	112
3.2.2 Discurso visual en la cognición.	115
3.2.3 Cognición en los jóvenes.....	117
3.2.4 Otras conexiones observables.	131

3.2.4.1 Efectos del ciberespacio social.	131
3.2.4.2 Efectos en los jóvenes.....	136
3.3 Procedimiento	138
3.3.1 Metodología I. Efectos del discurso visual.	139
3.3.2 Metodología II. Los mensajes visuales en la cognición de los jóvenes.	141
3.4 Diseño y aplicación de instrumentos de investigación	142
3.4.1 Modelo de procedimiento I	142
3.4.2 Modelo de procedimiento II	142
3.4.3 Diseño de análisis I, de registro observacional.....	143
3.4.4 Diseño de análisis II, de capturas de pantalla.....	143
3.5 Análisis de resultados, gráficas e interpretación de los resultados	144
3.5.1 Metodología I.....	144
Discusión (Metodología I).....	158
Conclusiones.....	159
Recomendaciones.....	163
Propuestas de líneas de investigación.....	165
3.5.2 Metodología II.....	167
Discusión (Metodología II)	177
Conclusiones.....	178
Recomendaciones.....	183
Propuestas de líneas de investigación.....	185

Capítulo IV CONCLUSIONES

4.1 Respuesta general al problema	187
4.2 Respuesta a preguntas secundarias	192
4.3 Respuesta al objetivo general	194
4.4 Cumplimiento de objetivos secundarios	196
4.5 Conclusiones: respecto a la comprobación de la hipótesis	197
4.6 Otros hallazgos	199
4.6.1 Hallazgos, capítulos II y III.....	200
4.6.1.1 Otros aciertos entre categorías: a) Efectos-Ciberespacio Social, b) Efectos-Jóvenes ..	201
4.6.2 Recomendaciones.....	201
4.6.3 Líneas de investigación.....	203
4.7 Limitaciones	204
4.8 Notas	205
4.9 Bibliografía	206
4.10 Referencias digitales	215

Índice de Imágenes

Imagen 1. Espectacular en el Municipio de Ecatepec. Nicanor, 2016.....	72
Imagen 2. Retícula de una lista de contactos en una aplicación de chat.....	79
Imagen 3. Pantalla inicial en el sistema Android, iOS y <i>Windows Phone</i>	80
Imagen 4. Ítems de <i>Whatsapp</i> en <i>Android</i> , <i>iOS</i> y <i>Windows Phone</i>	81
Imagen 5. Lista de contactos en el sistema <i>Android</i> , <i>iOS</i> y <i>Windows Phone</i> , respectivamente.	81
Imagen 6. Ventana de conversación en los sistemas <i>Android</i> , <i>iOS</i> y <i>Windows</i> <i>Phone</i> , respectivamente.....	82
Imagen 7. Elementos visuales en la ventana de contactos de <i>Whatsapp</i>	87
Imagen 8. Características de los contactos.....	87
Imagen 9. Ornamentos en la lista de contactos.	90
Imagen 10. Información descendente por la diagramación preestablecida por Martinec y Salway, 2005	99
Imagen 11. Fondo de pantalla.....	90
Imagen 12. Fondo de pantalla.....	90
Imagen 13. Ejemplo de dibujo con la aplicación <i>Drawto</i>	91
Imagen 14. Personalización del usuario.....	91
Imagen 15. Personalización del usuario.....	91
Imagen 16. Uso de globos en las conversaciones.....	92
Imagen 17. Uso de etiquetas en las conversaciones.....	92
Imagen 18. <i>Memes</i> en las conversaciones de mensajería instantánea.....	93
Imagen 19. Salas de <i>chat</i> en el sitio de Ares. Fuente: Internet.....	120
Imagen 20. <i>Meme</i> sobre los retos virales. Fuente: Internet.	125
Imagen 21. Auto-descripción en redes sociales. Fuente: Internet.	128
Imagen 22. <i>Screen Shot</i> que demuestra la estética y el lenguaje de los jóvenes.	179
Imagen 23. Algunos grupos o sectas virtuales con características similares. Fuente: http://www.milenio.com/tendencias/	180
Imagen 24. <i>Momo</i> 24. Fuente: Ruiz, M., periódico El País, 1 abril, 2017.....	181
Imagen 25. <i>Momo</i> 25. Fuente: Ruiz, M., periódico El País, 1 abril, 2017.....	181
Imagen 26. Temas exigüos	181
Imagen 27. Creencia en significantes vacíos.....	182
Imagen 28. Reunión de “Seguidores de la Grasa” en un parque público en la Ciudad de México. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=6pWJm8OQcHM	183

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Las ciudades más habitables. Gabinete de Comunicación Estratégica. 2016.	68
Gráfica 2. Calidad de Vida. Índice de Calidad de Vida (INCAV), 2015.	70
Gráfica 3. Porcentaje de mujeres y hombres observados, haciendo uso del teléfono móvil.	145
Gráfica 4. Porcentaje de conductas duraderas válidas en mujeres y hombres.	145
Gráfica 5. Porcentaje de conductas duraderas observadas en mujeres.. . . .	146
Gráfica 6. Porcentaje de conductas duraderas observadas en hombres.	147
Gráfica 7. Porcentajes de conductas duraderas durante los primeros 2 minutos.	147
Gráfica 8. Porcentajes de conductas duraderas, minuto 2-4.	148
Gráfica 9. Porcentaje de conductas duraderas, minuto 4-6.	149
Gráfica 10. Porcentajes de conductas duraderas, minuto 6-8.	149
Gráfica 11. Porcentajes de conductas duradera, minuto 8-10.	150
Gráfica 12. Porcentaje de jóvenes que portan audífonos mientras surfean en el ciberespacio..	152
Gráfica 13. Porcentaje de avistamientos de mujeres y hombres, mientras usan su teléfono móvil.	152
Gráfica 14. Frecuencia de avistamientos en mujeres, mientras navegan en el ciberespacio.	153
Gráfica 15. Frecuencia de avistamientos en hombres, mientras utilizan su teléfono móvil.	153
Gráfica 16. Porcentaje de la situación de los jóvenes durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil.	154
Gráfica 17. Porcentaje de la situación de las jóvenes mujeres, durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil.	155
Gráfica 18. Porcentaje de mujeres y hombres que fuman, mientras navegan en el ciberespacio con su Smartphone.	156
Gráfica 19. Frecuencia de conductas momentáneas registradas durante la observación..	157
Gráfica 20. Valoración del ensimismamiento de los jóvenes con el teléfono móvil, considerando cinco niveles.	161

Índice de Tablas

Tabla 1. Periodización del uso del teléfono móvil en México.	18
Tabla 2. Participación Económica. Censo Económico 2009. INEGI.	65
Tabla 3. Ingresos por salario mínimo. Censo Económico 2010. INEGI.	65
Tabla 4. Análisis desagregado de la tasa por cada 100 mil habitantes de homicidios (dolosos y culposos), secuestros y extorsiones (1997-2014).	70
Tabla 5. Metodología I. Nicanor. 2017..	142
Tabla 6. Metodología II. Nicanor.2017..	142
Tabla 7. Formulario para registro de la observación. Nicanor. 2107.	143
Tabla 8. Modelo para el análisis de capturas de pantalla de <i>Whatsapp</i> . Nicanor. 2107.	143
Tabla 9. Mujeres y hombres observados, haciendo uso del teléfono móvil.	144
Tabla 10. Conductas duraderas observadas válidas en hombres y mujeres.	145
Tabla 11. Conductas duraderas observadas en mujeres.	146
Tabla 12. Conductas duraderas observadas en hombres.	146
Tabla 13. Frecuencia de conductas duraderas durante los primeros 2 minutos.	147
Tabla 14. Frecuencia de conductas duraderas, minuto 2-4.	148
Tabla 15. Frecuencia de conductas duraderas, minuto 4-6.	148
Tabla 16. Frecuencia de conductas duradera, minuto 6-8.	149
Tabla 17. Frecuencia de conductas duradera, minuto 8-10.	150
Tabla 18. Número de jóvenes que usan audífonos mientras usan navegan en el ciberespacio.	151
Tabla 19. Frecuencia de avistamientos en hombres y mujeres..	152
Tabla 20. Situación de los jóvenes hombres, durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil..	154
Tabla 21. Situación de las jóvenes mujeres, durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil..	155
Tabla 22. Mujeres y hombres que fuman, mientras navegan en el ciberespacio con su <i>Smartphone</i>	156
Tabla 23. Frecuencia de conductas momentáneas detectadas.	156
Tabla 24. Frecuencia y porcentaje de conductas duraderas en los jóvenes, mientras hicieron uso del teléfono móvil.	157
Tabla 25. Tabla de resultados del análisis realizado con los capturas de pantalla. Nicanor. 2017..	166
Tabla 26. Evaluación de los efectos encontrados a partir de los resultados obtenidos del análisis de las capturas de pantalla de <i>Whatsapp</i> . Nicanor, 2017.. . . .	175

Índice de Esquemas

Esquema 1. Mapa del general del Municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México.	17
Esquema 2. Lugares representativos de Ecatepec de Morelos.	17
Esquema 3. Marco Conceptual. Nicanor (2016).	28
Esquema 4. Marco Teórico. Nicanor (2016).	32
Esquema 5. Teorías que sustentan el tema de investigación. Nicanor (2016).	32
Esquema 6. Sistema de relaciones imagen-texto. Martinec y Salway, 2005.	88
Esquema 7. Propuesta jerárquica de Status imagen-texto. Nicanor. 2016.	95
Esquema 8. Sistema de relaciones imagen-texto. Martinec y Salway (2005).	104
Esquema 9. Esquema jerárquico imagen-texto, interdiscursos). Nicanor (2017).	104
Esquema 10. Resumen de las conclusiones del capítulo II. Nicanor, 2017.	105
Esquema 11. Síntesis de los hallazgos teóricos. Nicanor, 2017.	106
Esquema 12. Datos relevantes del Marco Contextual, en México, Estado de México y Ecatepec de Morelos. Nicanor. 2017.	107
Esquema 13. Ideas principales de las conclusiones para la comprobación de la hipótesis. Nicanor. 2018.	108
Esquema 14. Aciertos valiosos sobre el Ciberespacio y la alteración del status imagen-texto. Nicanor, 2017.	109
Esquema 15. Categorías conceptuales que conforman el tema: “Efectos del Discurso Visual del Ciberespacio Social en la Cognición de los Jóvenes”. Nicanor, M. J. (2017).	111
Esquema 16. Hallazgos encontrados en la relación de categorías conceptuales. Nicanor. 2017.	164
Esquema 17. Otros aciertos en la relación entre categorías conceptuales. Nicanor. 2017.	165
Esquema 18. Síntesis para el proceso del observable I (Conducta en los jóvenes, mientras hacen uso del teléfono móvil en su ambiente cotidiano). Nicanor. 2017.	166
Esquema 19. Conclusiones de la metodología II. Nicanor. 2017.	184
Esquema 20. Ideas principales de las conclusiones para la comprobación de la hipótesis. Nicanor. 2018.	199
Esquema 21. Sistema de relaciones de estatus imagen-texto. Martinec y Salway (2005).	200
Esquema 22. Replanteamiento jerárquico imagen-texto, con base en el uso de interdiscursos. Nicanor. 2017.	200

INTRODUCCIÓN

Actualmente, los discursos visuales circulan en enormes cantidades en el ciberespacio social, a través de ordenadores fijos y dispositivos móviles como los *smartphones* o las tabletas. Los mensajes visuales han sufrido cambios, alteraciones, al grado de no saber “A quién le van a llegar”, “Cuántas personas lo van a recibir”, “Cómo se van a utilizar” “Ni el nivel de consecuencias que pueden ocasionar”. Del mismo modo, la multiplicidad de los mismos y la facilidad para localizarlos conlleva que estos sean tratados e interpretados de manera superficial; en este sentido ¿Cómo el Diseño de la Comunicación observa el problema?, tomando en cuenta que este, atiende situaciones formales, estéticas y funcionales. Desde la teoría general de la complejidad, este fenómeno se considera un sistema complejo y para el sustento de su estudio se recurrió a diferentes teorías: Semiótica, Sociológica del Ciberespacio, Constructivista de la Cognición, Cognoscitiva de los jóvenes, y otras de apoyo, como la Teoría de la Acción Comunicativa y la Teoría Metafísica de la expresión. Se observó que muchas veces los jóvenes están ensimismados con los mensajes visuales. Aunque poseen muchas habilidades para operar el *Smartphone*, carecen de creatividad, son repetidores de otros mensajes, prevalecen las disonancias cognitivas negativas, incapacidad para desarrollar un tema. Se concluye que los jóvenes saben identificar, localizar, seleccionar, más no logran distinguir, relacionar, explicar, transformar y comprender las denotaciones y connotaciones de los mensajes visuales con los que tratan continuamente en la aplicación *whatsapp* y otras similares.

En el primer capítulo se concentra el planteamiento del problema, con otros componentes que le anteceden: los primeros acercamientos con el tema; y otras ulteriores: la delimitación espacial, temporal y semántica, la problematización, las preguntas de investigación, el objetivo general y los específicos, la hipótesis, para finalizar con la justificación. En el segundo capítulo hacen presencia las Teorías que soportan este trabajo, entre ellas: la Semiótica, Sociología del Ciberespacio, Constructivista de la Cognición, Cognoscitiva de los jóvenes, así como la Teoría de la Acción Comunicativa y la Teoría Metafísica de la expresión, cada una de ellas con sus correspondientes autores. En el tercer capítulo se encuentra el procedimiento, que incluye las metodologías aplicadas

en este trabajo de investigación: la primera de observación directa, complementada con una recopilación de imágenes fotográficas para darle contundencia al estudio. La segunda, un análisis de capturas de pantalla, desde los códigos semióticos, cada una de las metodologías aplicadas con sus respectivos análisis de resultados, discusión y conclusiones. En el cuarto capítulo se localizan las conclusiones, donde se dio respuesta de manera general al problema, a otras interrogantes secundarias, al objetivo en cuanto a cómo y con qué soluciones. Así también el objetivo general, y otros adjuntos; la comprobación de la hipótesis, que es complementada con otros hallazgos, unas líneas dedicadas a las limitaciones del que redacta y finalmente, las notas, bibliografía y anexos.

La tesis está orientada a profesores de diferentes disciplinas, quienes tienen a su cargo el porvenir de sus discípulos; a aquellos especialistas en diseño, psicología, sociólogos, antropólogos, médicos, cuyo interés sean los jóvenes; a las autoridades municipales y estatales, y al mismo gobierno federal, quienes tienen obligación de brindar educación y seguridad a sus conciudadanos. La evaluación de los efectos del discurso visual del ciberespacio social, sirvió para corroborar que, efectivamente, hay efectos cognitivos, es decir, los jóvenes pueden identificar, localizar y seleccionar, pero, de acuerdo con la Taxonomía de Bloom, no logran comprender claramente las denotaciones y connotaciones que encierran los mensajes visuales. Fuertemente vinculados, se agregan a estos, efectos en lo social, por ejemplo, una falta de auto-conocimiento, de reconocimiento del Otro y de lo Otro, que provoca indiferencia ante los problemas de la vida diaria. La multitud de mensajes conllevan un descontrol en las conversaciones y, en el mismo ámbito, los jóvenes no pasan de ser simples operadores de dispositivos móviles. En el aspecto psicológico, hay un aferramiento a los significantes virtuales vacíos y un distanciamiento de lo real, mientras se obstinan en querer acaparar la atención de sus pares con simples mensajes de humor. En lo cultural, es evidente el escaso sentido estético, acompañado de un léxico limitado y la ineptitud para hilar un tema. Los expertos en medicina, manifiestan que la falta de práctica cognitiva y la relación con contenidos profundos, a la larga pueden producir Alzheimer, una de las enfermedades que se incrementa día con día. Toda la información contenida en este trabajo es de gran valía para todo aquel que esté interesado en los jóvenes y en el ser humano en general, ya que la práctica de estos se ha vuelto tan común, que su mismo ejercicio

reiterativo requiere insistir en sus reflexiones y en sus efectos negativos. Ciertamente hay efectos muy positivos, la misma comunicación, con personas de diferentes países, de quienes se pueden obtener muchos conocimientos; desafortunadamente no todos los jóvenes gozan de las condiciones, ni se encuentran en las circunstancias idóneas para sacarles el mejor provecho.

De primera instancia, agradezco al Doctor Alberto Álvarez Vallejo, por la flexibilidad manifestada al dejarme caminar solo, sin descuidar mi andar en el desarrollo de este trabajo, por el acercamiento de información y por las enseñanzas recibidas en clase, de manera muy peculiar y creativa. Así mismo, a la Doctora Eska Elena Solano Meneses, por las observaciones, primero en las aulas de la UAM Xochimilco, y posteriormente tomando el café en lugares menos formales, pero constantemente aportando ideas enriquecedoras. Al Doctor Ignacio Mendiola Germán, siempre dispuesto a escuchar, con ideas y sugerencias muy específicas, esenciales para la concreción de este proyecto. A la Doctora Martha Patricia Zarza Delgado, quien aceptó ser mi lectora cuando esto apenas se gestaba. A todos los que fueron mis profesores durante estos tres años, y que de alguna manera contribuyeron con sus conocimientos. El Doctor Javier Marzal Felici, quien me dio la bienvenida y atendió en la Universidad Jaume I, en España. El profesor Ángel Bárcenas Pérez, Coordinador de la Biblioteca de la Facultad de la Conducta, quien sin reservas me prestó ayuda para solucionar las tablas de resultados de la metodología aplicada. Finalmente, a todas aquellas personas quienes a través de sus servicios administrativos facilitan el trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1.1 Antecedentes

1.1.1 ¿Dónde se inició el contacto con el tema?

En el área profesional, como creador de mensajes visuales para distintas empresas e instituciones y como conocedor de los principios que rigen un buen diseño, para convencer, tanto a la persona que toma las decisiones en un negocio u organización, como a un grupo de destinatarios, tratándose de: imagen corporativa, *flyers*, folletos, carteles, revistas, libros, y otros impresos.

En la práctica como profesor, al advertir en los alumnos el incremento del uso del teléfono móvil en las aulas, el envío y recepción continuo de mensajes, su participación en las clases, la modificación en el comportamiento en las relaciones humanas. Todas estas situaciones despertaron interrogantes e interés para saber más sobre el tema.

1.1.2 ¿Qué?

Los efectos que causan los mensajes visuales del ciberespacio en la cognición de los jóvenes, es un tema que nace de la observación de los sucesos y situaciones que se observan en el día a día; lo cual despierta curiosidad y pasión por explicarlo; además del instinto creativo que es inherente al individuo.

1.1.3 ¿Quiénes?

Los jóvenes han sido parte fundamental en la evolución del quehacer docente del que suscribe, con quienes se han compartido experiencias educativas, y se van creando vínculos, al ser parte de su formación académica y personal; ellos son los que impulsan a hacer una reflexión sobre el tópico desde la óptica del diseño de la comunicación, sin

dejar fuera las enriquecedoras aportaciones de otras disciplinas como la pedagogía, sociología, filosofía, antropología, psicología, etc.

1.2 Planteamiento del problema. Descripción

Nicholas Carr (2011) advierte que, lo que se encuentra en el ciberespacio o espacio virtual es útil y divertido, de ahí uso. Pero su exceso provoca el debilitamiento de un pensamiento más profundo, conceptual, crítico y creativo, el cual necesita reflexión y aislamiento y no la distracción permanente que supone estar conectado todo el tiempo. La capacidad para centrarse en una sola cosa es clave en la memoria a largo plazo. Por su parte, Sherry Turkle (2015) señala que los jóvenes han sustituido la reflexión por la auto-representación e información instantánea. Se actúa conforme a los criterios de los demás y no el propio. Del mismo modo, el hecho de que las pantallas requieren que la atención se mueva de un lado a otro con las multitareas, lo único que hace es que el rendimiento mental se degrade y se vea reflejado en la interacción con los demás, en entornos como la familia o la escuela. De la misma manera, Berardi (2007) argumenta que las tecnologías alfabéticas han dado paso a las tecnologías digitales, las cuales modifican la estructura cognitiva de aprendizaje, memorización e intercambio lingüístico del individuo.

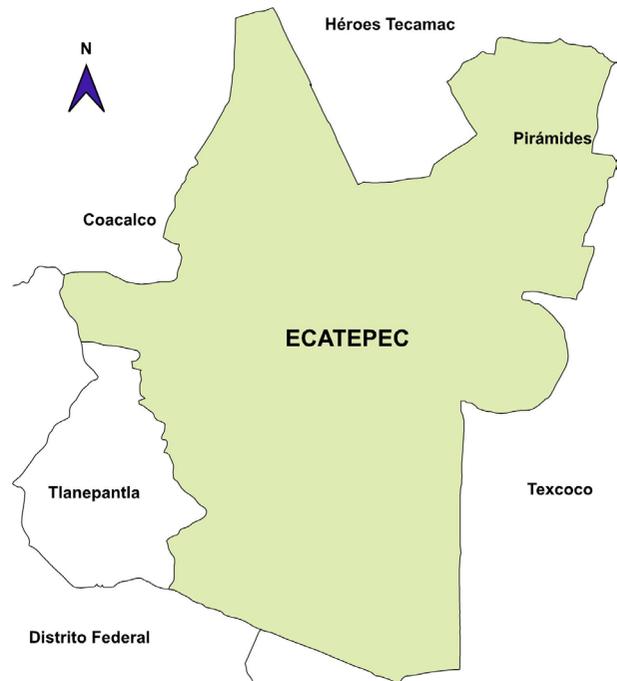
Los discursos visuales que circulan en grandes cantidades en el ciberespacio, por medio de los ordenadores, y últimamente en los dispositivos móviles, se han alterado, en el sentido de no saber “A quién”, “A cuántos”, “Ni cómo se van a utilizar”. Así mismo, su multiplicidad en un mismo mensaje visual, ocasiona confusión en el lector, al grado que sus contenidos se asimilen de forma superficial, llevando a malas interpretaciones de los mismos.

La percepción que se tiene sobre este asunto, depende de la perspectiva de los autores, de la disciplina a la que pertenecen y desde la que fueron formados, así como de sus condiciones socioculturales. Por lo que, a este respecto, cabe preguntarse ¿Cómo el diseño de la comunicación observa este problema? Tomando en cuenta que el diseño de comunicación, como su nombre lo indica, no sólo atiende a situaciones estéticas, formales y funcionales, sino también de comunicación (Mandoky, 2006).

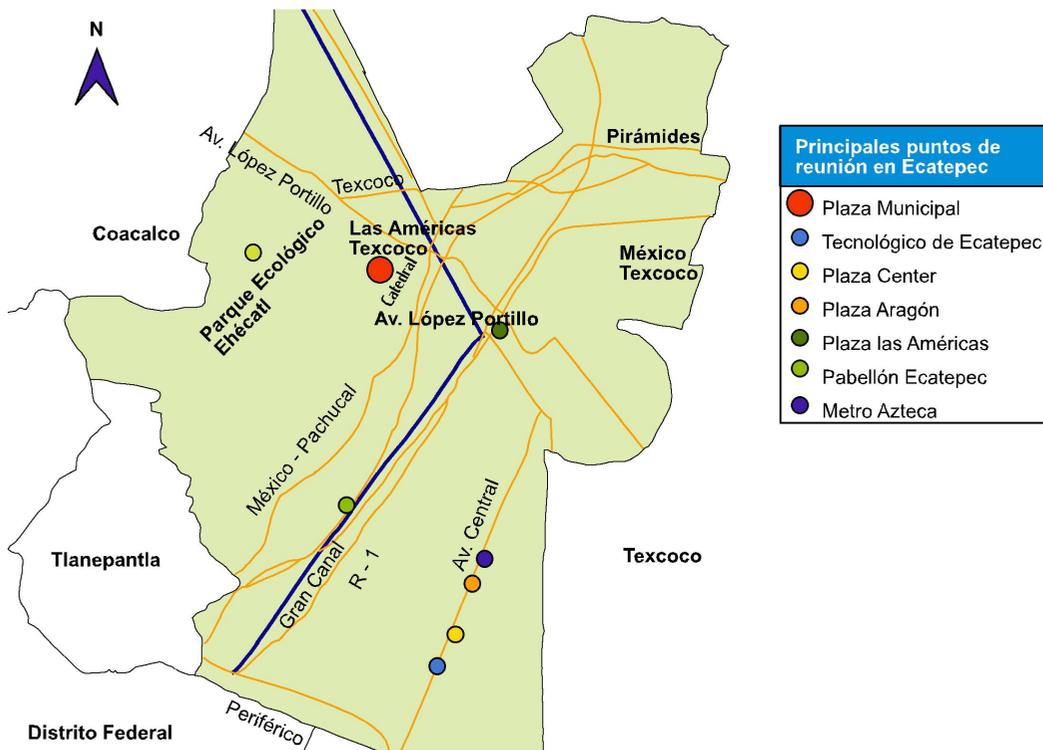
1.2.1 Delimitación espacial

Esta investigación recopilará y analizará información referente a los efectos del discurso visual del ciberespacio social que inciden en la cognición de los jóvenes que se desplazan en el municipio de Ecatepec, en el Estado de México (ver Esquema 1).

Las muestras de estudio se tomarán de los lugares más representativos del municipio. Para el registro de observación, la Plaza Municipal; para la captura de imágenes: plazas comerciales situadas en la av. Central, Vía Morelos, y el Deportivo Tulpetlac (ver Esquema 2).



Esquema 1. Mapa del general del Municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México.



Esquema 2. Lugares representativos de Ecatepec de Morelos, Estado de México.

1.2.2 Delimitación temporal

La periodización se realiza desde el teléfono móvil, ya que actualmente es el aparato más utilizado por los jóvenes, según Banamex (2015), quien expone que el 90% de los jóvenes en México disponen de un *Smartphone* para acceder a internet; mientras el 94.7%, lo utiliza para enviar y recibir mensajes; El dispositivo permite entrar en el ciberespacio, y proporciona una cada vez un mayor número de funciones y herramientas para crear y modificar los mensajes.

El estudio sólo abarca del 2015 al 2107, que es el periodo de duración del curso doctoral, empero, se realiza una retrospectiva a algunas décadas anteriores para explicar los cambios percibidos con respecto al fenómeno del discurso visual en el ciberespacio. Así mismo, se atisba hasta el 2020, para visionar los futuros cambios en las funciones de los teléfonos móviles y las implicaciones de los discursos visuales en la cognición de los jóvenes.

Introducción del teléfono móvil (1G) en México. Caracterizado por su gran peso, mala recepción y sólo con transmisión de voz, pero no de datos.	Migración de la línea fija al teléfono móvil. (2G). Voz y Servicio de Mensaje Corto con sus siglas en inglés (SMS).	Hábitos y percepciones de los mexicanos sobre el uso del Internet y diversas tecnologías asociadas. World Internet Project (WIP). (3G). Voz, texto, audio y video, videoconferencia, entre otras.	Nuevas interrogantes ¿El uso del celular representa nuevas formas de comunicación o es una réplica de manifestaciones sociales preexistentes? (4G) teléfonos inteligentes (<i>smartphones</i>).	Multiplicación de aplicaciones a las tecnologías móviles ya existentes. Menor peso, más compactos, nuevos materiales, flexibilidad. Interoperabilidad e itinerancia.	Introducción de los superteléfonos. Conexión de la realidad física con la realidad virtual. Identificación de la distancia y el sonido. Asociación simbiótica del hombre y el dispositivo. Capacidades de lenguaje y autoaprendizaje. Servicios integrados en una red móvil única. Capacidad de cobertura y distribución masiva de contenidos.
1989	2006 -2010	2011	2015	2017	2020

Tabla 1. Periodización del uso del teléfono móvil en México.

Como se observa en la Tabla 1, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, según Ramos (2007), a finales de los años 90 tienen acceso las primeras com-

pañías telefónicas, entre ellas Iusacell. A partir de 1990, tanto Iusacell como Telcel ofrecen servicio en lo que hoy es la Ciudad de México, el Estado de México y el resto del país. Los primeros teléfonos pertenecientes a la primera generación, sólo permitían llamadas de voz, no había un protocolo universal, lo que complicaba su uso, además de que su costo era elevado, por lo que su introducción al mercado fue limitada. Este periodo sólo se menciona como parte de la evolución de los servicios que ofrecían los teléfonos móviles, ya que los cambios más evidentes en la producción e interpretación de mensajes visuales comienzan en años posteriores.

Aunque a México llegan más tarde, la segunda generación de teléfonos móviles se desarrolló a finales de los 90. Según información de Martínez (2005a), la velocidad en el ancho de banda permitió el servicio de voz, los mensajes de texto, el acceso a internet y la recarga de batería mediante la conexión a la computadora. Estos servicios abrieron las puertas a los *chats* y las redes sociales, además de ser los primeros que provocan cambios en la manera de producir e interpretar los mensajes visuales. Los SMS (*Short Message Service*) (Servicio de Mensajes Cortos), requerían mayor tiempo para su envío y recepción, los elementos eran mínimos, lo que no ocasionaba tanta distracción.

El mismo autor Martínez (2005b), manifiesta que la tercera generación posibilitó el envío de varios tipos de información: voz, datos, video, multimedia a más altas velocidades que van desde los 144 Kbps hasta los 2 Mbps. El surgimiento de las aplicaciones de mensajería instantánea como *MSN Web Messenger* en 2004, sólo se usaba en el computador, pero con las cualidades del teléfono móvil y el abaratamiento en los precios para su adquisición y conexión a internet han incrementado el uso de otras aplicaciones como *Skype*, *Facebook Messenger*, y la más usada actualmente en México, *Whatsapp*, que permiten enviar y recibir mensajes de manera ubica, siempre y cuando haya señal.

La cuarta generación surgió aproximadamente en el 2004, pero presentada en México años después, y que es la que se usa actualmente, ofrece una velocidad para navegar y bajar información de hasta 15 mbps, incluso para ver televisión en alta calidad; se les llama *Smartphones* (teléfonos inteligentes), por las múltiples funciones, las herramientas y la ergonomía que brindan.

Las compañías intentan frecuentemente sacar nuevos modelos, pero hasta el momento sólo incrementan la velocidad, los materiales más ligeros y flexibles, resistentes al agua, interoperabilidad e itinerancia. El uso de aplicaciones de mensajería instantánea y toda la gama de posibilidades que presentan los teléfonos móviles, han provocado que la forma de producir e interpretar mensajes haya cambiado.

Los teléfonos que se ven en las tiendas hoy en día ya tienen conexión con la realidad virtual, según muestra Buena Mente (2018), algunos cuentan con tres pantallas como el llamado *Triple Display Flip Phone*, otros se convierten en reloj (*Lenovo CPlus*) o *tablet* (*Lenovo Folio*). El *Moto Z Play Smartphone*, al que se pueden adaptar bocinas y lentes de fotografía de diferentes tamaños. El *Zenfone AR* de *Asus*, cuenta con realidad aumentada, registra habitaciones y reconoce seres vivos. Uno más que se puede compactar o aquel que se convierte en un dispositivo auditivo invisible. Los más extravagantes prometen olores y sabores, y también aquellos que cambian de color con un anillo, según el estado de ánimo del usuario.

Cualquier innovación que presenten los nuevos teléfonos en los próximos años, seguramente traerán cambios en la manera de procesar los mensajes visuales, ya sea por la velocidad para enviar y recibirlos en el menor tiempo posible, para vivirlos, si se piensa en la realidad aumentada; o para olerlos y saborearlos, dependiendo del contenido de los mensajes o del estado de ánimo del interlocutor. Como se dijo al inicio, solo es un avizoramiento breve al futuro, habrá que esperar lo que viene para estudiar y ver las alteraciones que provoca en los jóvenes.

1.2.3 Delimitación semántica

A lo largo de la investigación cada vez que haga mención de alguna de las palabras enlistadas se hará referencia a ellas de acuerdo a las definiciones siguientes:

Efectos. Es un cambio o una serie de cambios, alteraciones que se establecen a partir de las relaciones llamadas “causales” o inferencias entre observables, ya sean naturales o provocados por la acción humana, que provocan una dinámica propia (García R. , 2009).

Discurso visual. Representa un modelo de comunicación, donde se pueden categorizar



como códigos o mensajes visuales. Por lo tanto, pueden interpretarse como signos propios de la semiótica (Eco, U., 2010).

Ciberespacio social. Es una representación o recreación tecnológica, en un nuevo plano de la experiencia espacial del mundo físico, donde se generan conocimientos e interacciones entre las personas (Qvortrup, L., 2002).

Cognición. Es el resultado de la forma en que el ser humano organiza o reorganiza su relación con él mismo, con sus semejantes, con las cosas, con los signos con el cosmos (Lévy, P., 2004). Es el reconocimiento “del Otro” y de “lo Otro” como un hecho o realidad existente, a través del diálogo y de una experiencia en común; donde la memoria y el tiempo son indispensables para su proceso (Nicol, E., 2003).

Jóvenes. Es una etapa probabilística, continuación de la adolescencia e inicios de la vida adulta. Periodo de transición en que la capacidad mental cognitiva y de tipo cuantitativo, se considera, está en su apogeo (Corral, I. 1998). Es un concepto relacional que se construye con la historia y con contextos bien definidos, con encuentros y desencuentros entre las normas impuestas por instituciones (sociales, políticas, religiosas, económicas, culturales) y una auto-construcción propia. Un término cambiante que se construye permanentemente y que tiene relación con lo cotidiano y con lo imaginado, con lo transitorio de la edad y lo social (Pérez, I., 1999).

Ecatepec. Cuyo nombre oficial es Ecatepec de Morelos. Es un municipio del Estado de México, ubicado al norte del Distrito Federal. Uno de los 59 municipios que conforman la Zona Metropolitana del Valle de México.

1.2.4 Problematización. Preguntas de investigación

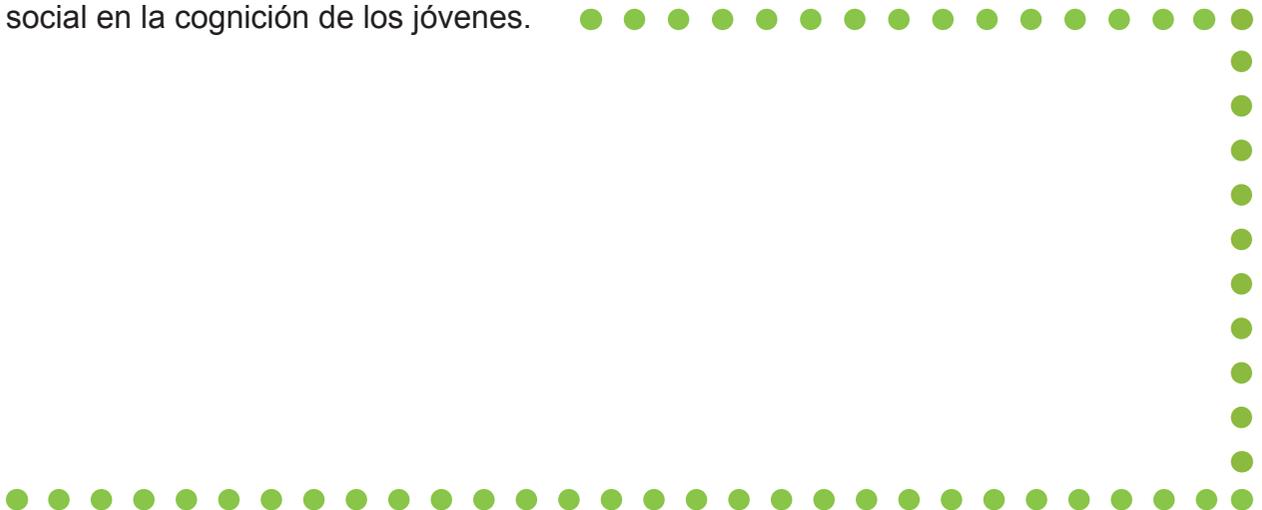
1. ¿Qué conductas se observan en los jóvenes por la influencia de los mensajes visuales del ciberespacio social?
2. ¿Cuáles son los discursos visuales que más usan los jóvenes en el ciberespacio social para comunicarse?
3. ¿Qué fines le dan al discurso visual del ciberespacio social los jóvenes de Ecatepec?
4. ¿Qué recursos utilizan los jóvenes para crear sus discursos visuales en el ciberespacio social?
5. ¿Qué implicaciones cognitivas tienen los mensajes visuales del ciberespacio social en los jóvenes?

1.2.5 Enunciado o pregunta de investigación

¿Cómo evaluar los efectos del discurso visual del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes del Estado de México?

1.3 Objetivo general

Proponer una metodología para analizar los efectos del discurso visual del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes.



1.3.1 Objetivos específicos

- Revisar literatura existente orientada a los efectos del discurso visual del ciberespacio en la cognición de los jóvenes en los espacios públicos, para obtener información con significancia, que sustente la conformación del marco conceptual y teórico.
- Identificar a los jóvenes de Ecatepec, para delimitar el universo de estudio y facilitar la aplicación de los instrumentos para la obtención de información.
- Describir el comportamiento que tienen los jóvenes de Ecatepec, para obtener más información sobre cómo se conducen en su ambiente cotidiano, cuando navegan en el ciberespacio social con el teléfono móvil.
- Desarrollar instrumentos para la obtención de información sobre los efectos del discurso visual en la cognición de los jóvenes del Estado de México.
- Analizar los mensajes visuales de la aplicación *Whatsapp* que los jóvenes utilizan para comunicarse, con el fin de descubrir significaciones.
- Interpretar la información obtenida de los diferentes métodos utilizados en el proceso de investigación, para comparar la información y sacar conclusiones sobre el tema de investigación.
- Comprobar la hipótesis con respecto a los resultados alcanzados, para confirmar las variables y el objetivo planteado.

1.4 Hipótesis

Si se propone una metodología para analizar el discurso visual del ciberespacio social, se podrán evaluar sus efectos en la cognición de los jóvenes del Estado de México.

1.5 Justificación

La propuesta metodológica de este trabajo evaluará los efectos del discurso visual del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes, considerando que una evaluación, se refiere a la valoración, apreciación o cálculo de importancia de una determinada situación o asunto, o del desempeño en ciertas actividades por un sujeto (s); donde no solamente se otorgan datos numéricos, puesto que sería muy limitada la evaluación, sino que se toman en cuenta diversos elementos o juicios; incluso opiniones, sentimientos, percepciones, propios de la subjetividad que le otorgan mayor fundamento.

El diseño de la comunicación, a diferencia de la percepción común posee una percepción más sensitiva y artística, es decir, una retórica y un lenguaje propio, ya que mediante un texto, ima-

gen o vídeo puede profundizar sobre el tema, utilizando figuras retóricas (metáfora, metonimia, prosopopeya, etc.). Por lo tanto, el diseño de la comunicación prolonga un conocimiento y una forma sensitiva más allá de las comunicaciones cotidianas y del diario ver, así como la literatura se ocupa de las actividades diarias de escribir, hablar y leer.

Retomando, la propuesta metodológica tendrá utilidad en dos vertientes que se mencionan a continuación:

1. Pueden disponer de la información:

- a). Los docentes, para conocer las características emocionales, actitudes propias de los jóvenes estudiantes en relación con el uso del discurso visual en el ciberespacio; los riesgos e implicaciones no sólo de los productos visuales que transitan en el ciberespacio, sino de las tecnologías en general. Así mismo, de la im-

portancia de las condiciones económicas, políticas, culturales, y sociales, en las que se encuentran, para afrontar la multiplicidad de mensajes visuales en las que se ven envueltos constantemente en el ciberespacio.

- b) Las autoridades municipales, para percatarse de las necesidades de sus jóvenes habitantes. Proponiendo estrategias que ayuden para ofrecerles más beneficios de la navegación en el ciberespacio, que se vean reflejadas en el mejoramiento de sus pobladores y de la región. Dentro de las tácticas pueden proponerse espacios públicos donde se intercambie *software* o información relevante a través del móvil que ayude a incrementar las capacidades intelectuales y de valores de los jóvenes; o bien, desarrollar campañas con mensajes en los móviles para enterarlos de los eventos culturales realizados en



la zona u otras entidades a las que tengan acceso.

c) Los diseñadores en comunicación, obtendrán información valiosa sobre la apreciación cognitiva, ética y estética que se genera entre el sujeto-sujeto, sujeto-objeto, sujeto-espacio, y que conlleva a que se produzcan variaciones en los efectos individuales, sociales y sistémicos. Argumentaciones desde otra perspectiva, tomando en cuenta el objeto (materiales, formas y colores) y el sujeto que comprende procesos sensoriales, sensitivos y teóricos que adjudican sentido y significaciones al referente y los discursos (Acha, 2008).

d) Los sociólogos, antropólogos, psicólogos y estudiosos de otras disciplinas, en el escrito encontrarán nuevas prácticas sociales en las formas de comunicación visual de los jóvenes. Las relaciones de noviazgo, el intercambio de imágenes,

música, de juegos, las citas con los amigos, son algunas de estos nuevos hábitos donde el ciberespacio social ejerce un papel importante. También hallarán una serie de estrategias visuales que los jóvenes utilizan en el ciberespacio para no ser excluidos.

Por último, los resultados abrirán nuevas líneas de investigación acerca de la relación hombre-tecnología-medio ambiente. El teléfono y otros dispositivos móviles han incursionado en todos los ámbitos de la vida diaria, en la casa, en el trabajo, en los hospitales, cines, restaurantes, en los ratos de ocio, y otros momentos más íntimos, que despiertan nuevos cuestionamientos ¿Cuáles son los riesgos que enfrentan los jóvenes al navegar en el ciberespacio? ¿Es el ciberespacio un lugar para la libertad del individuo o representa todo lo contrario?,

¿Son los discursos visuales del ciberespacio un problema en el aprendizaje?

¿Cuáles son las innovaciones que ofrecerá el teléfono móvil en un futuro cercano, para crear discursos visuales? ¿Representan los discursos visuales del ciberespacio un reto para la educación? ¿Qué otros cambios estructurales sufrirán los mensajes visuales?

2. Productos propuestos:

a) Cursos diversos como: “Conceptualización de los mensajes visuales en el ciberespacio social”, con amplio sentido crítico y que ayuden a detectar sus implicaciones en la cognición de los jóvenes. Orientado preferentemente a profesores.

c) Proyecto para la gestión de mensajes visuales en masa, con fines de desarrollo académico y humano para los jóvenes.

CAPÍTULO II

2.1 Marco conceptual

Introducción

Atendiendo a la teoría de la complejidad, como un sistema donde los elementos se vinculan e intersectan para generar nuevas estructuras o subsistemas, el marco conceptual que aquí se presenta, pretende servir de guía para el desarrollo del trabajo de investigación.

Bajo este esquema, se persigue realizar una propuesta metodológica que dé cuenta de los efectos del discurso visual; entendido este desde de la semiótica, como signos que pueden ser estudiados, bajo dimensiones como la semántica, la sintáctica y la pragmática. Dichos mensajes visuales se mueven dentro de un escenario de representación que es intangible, pero también ubicuo, por las posibilidades que ofrecen los dispositivos móviles, de navegar en cualquier parte y a cualquier hora. El ciberespacio es considerado social, por las oportunidades de interacción entre los usuarios, y, por supuesto, donde intervienen aspectos de tipo cognitivo, estético y moral. El ciberespacio no sólo se piensa como soporte social, también se caracteriza por la gran cantidad de información que brinda, y que se puede traducir en conocimientos que pueden adquirir los usuarios en su navegación en el día a día, lo cual lleva a inferir, que tiene implicaciones cognoscitivas en los usuarios, sobre todo en los jóvenes, puesto que son los que más hacen uso del internet y que aprovechan su capacidad mental en el manejo del *hardware* y el *software*.

2.1.1 Efectos

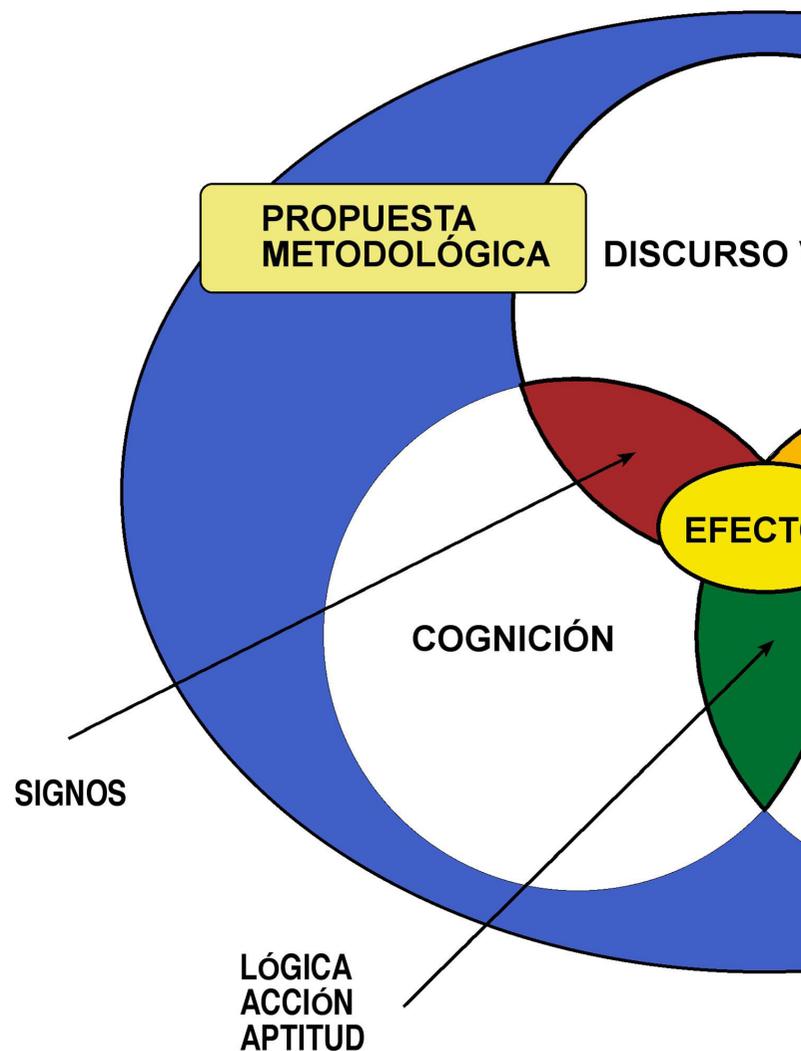
Las teorías tradicionales establecían que a toda causa corresponde un efecto; a toda acción, una reacción. Desde la Teoría de la Complejidad, los efectos son cambios o alteraciones, eventos que se generan a partir de la interacción de dos o más elementos de un sistema. Siguiendo la teoría de Lorenz, sobre El Efecto Mariposa, dichos efectos no son determinísticos, es decir, no se pueden precisar sus alcances, cuáles, cuántos, dónde, ni en quiénes tendrán repercusiones.

Atendiendo al principio del bucle recursivo propuesto por Morin, los efectos no son la consecuencia final, ellos mismos son productores de otros efectos. Así mismo, la recursividad se ve manifestada en este ir y venir del individuo en el ciberespacio, donde en ocasiones se repite el camino por donde ya se ha navegado. La mente también trabaja de la misma manera, las personas utilizan recursos que ya están en su memoria, hacen reestructuraciones, van de un lado a otro, buscando información que sea útil para darle sentido a las conversaciones y mensajes visuales que manejan en las redes sociales.

2.1.2 Discurso visual

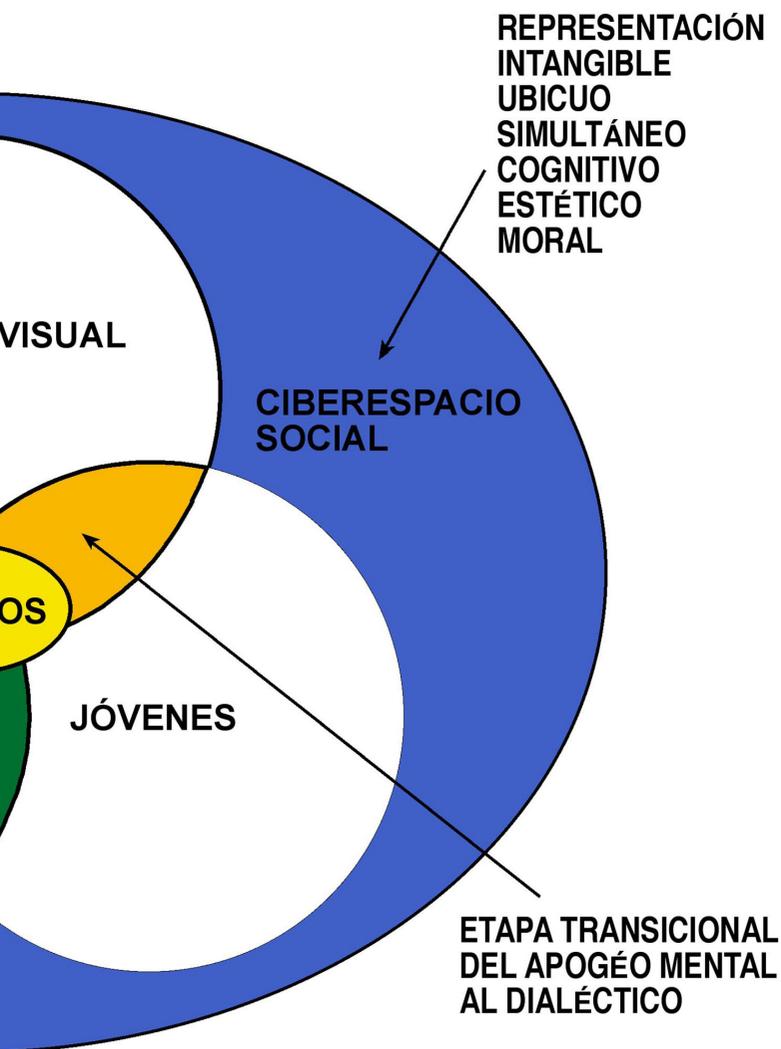
Está conformado por una serie de signos que conllevan un sentido, los cuales pue-

den ser interpretados a partir de la convención de códigos. La semiótica es la encargada del estudio de estos signos, del significado que encierran, y de su relación con el usuario. Siguiendo los estudios de Eco, el discurso visual corresponde a los men-



sajes visuales, en tanto que ambos están integrados por signos.

Es de reconocer también que es una práctica social, ya que diariamente el individuo se mantiene produciendo e interpretando mensajes en las redes sociales, *chats* y mensajería instantánea, mediante el ordenador y los dispositivos móviles.



Esquema 3. Marco Conceptual. Nicanor, 2016.

Por otro lado, los mensajes visuales están fuertemente ligados al contexto y la cultura

del individuo, lo que hace más complejo, pero también más interesante su estudio.

2.1.3 Ciberespacio social

Es un espacio de representación de las experiencias del mundo real. Un lugar donde todo se da a través de signos, las mismas imágenes lo son. Todo lo que se mira en el ciberespacio se produce mediante la introducción de signos que se transforman en información visual.

El ciberespacio es similar a un escenario, donde confluyen personas de diferentes culturas, religiones, géneros, nivel educativo, etc., por lo que, coincidiendo con Lévy (2004), es un soporte social; ya que permite la interacción entre diversos usuarios, sin importar la distancia o el lugar.

Otras de las opciones del ciberespacio es que posibilita la navegación por diferentes sitios para la obtención de servicios diversos en línea.

Coincidiendo con otros autores, es un espacio que existe mientras se navega en él, una vez que detiene la actividad, el ciberespacio desaparece.

2.1.4 Cognición

Según la Real Academia de la Lengua (RAE), viene del latín *cognoscere*, que significa conocer. El conocer lleva al conocimiento, como producto de la organización de los datos de la realidad, que implica un sentido. La adquisición del conocimiento se ve reflejada en la vida diaria, en lo que el individuo hace y cómo lo hace, en sus acciones, la lógica y aptitud para llevarlas a cabo.

Estas interacciones con el mundo exterior se van dando a través de la asimilación y acomodación de la información, generando con ello distintos niveles de conocimiento.

2.1.5 Jóvenes

La mayoría de los especialistas en el tema se basan en la edad; algunos los sitúan a partir de los 10 años, otros entre los 12 o 15 y hasta los 25. La complejidad para explicar el concepto de jóvenes se encuentra también en la controversia entre las normas impuestas por las instituciones y la autodefinición que hacen ellos de sí mismos.

Para los intereses de esta investigación, se ha creído conveniente optar por la propuesta de Iñigo, quien considera que la juventud es una etapa probabilística, continuación de la adolescencia e inicios de

la vida adulta. Un periodo de transición en que la capacidad mental cognitiva y de tipo cuantitativo está en su apogeo, dando paso poco a poco a un pensamiento dialéctico.

Reflexiones

El esquema 1 es una guía para el proceso de investigación. El objetivo consiste en realizar una propuesta metodológica sobre los Efectos (alteraciones) del Discurso Visual, (mensajes visuales), los cuales, junto a otros conceptos, se mueven en un espacio de navegación, que se presta para generar relaciones sociales. Los efectos de los mensajes visuales se ven reflejados en la lógica, acción y aptitud con que los jóvenes producen e interpretan dichos discursos; sin olvidar la etapa por la que atraviesan los usuarios, pues resulta indispensable para entender la habilidad que poseen para manipular los aparatos tecnológicos y el significado que les dan a los mensajes enviados y recibidos.

2.2 Marco teórico

Introducción

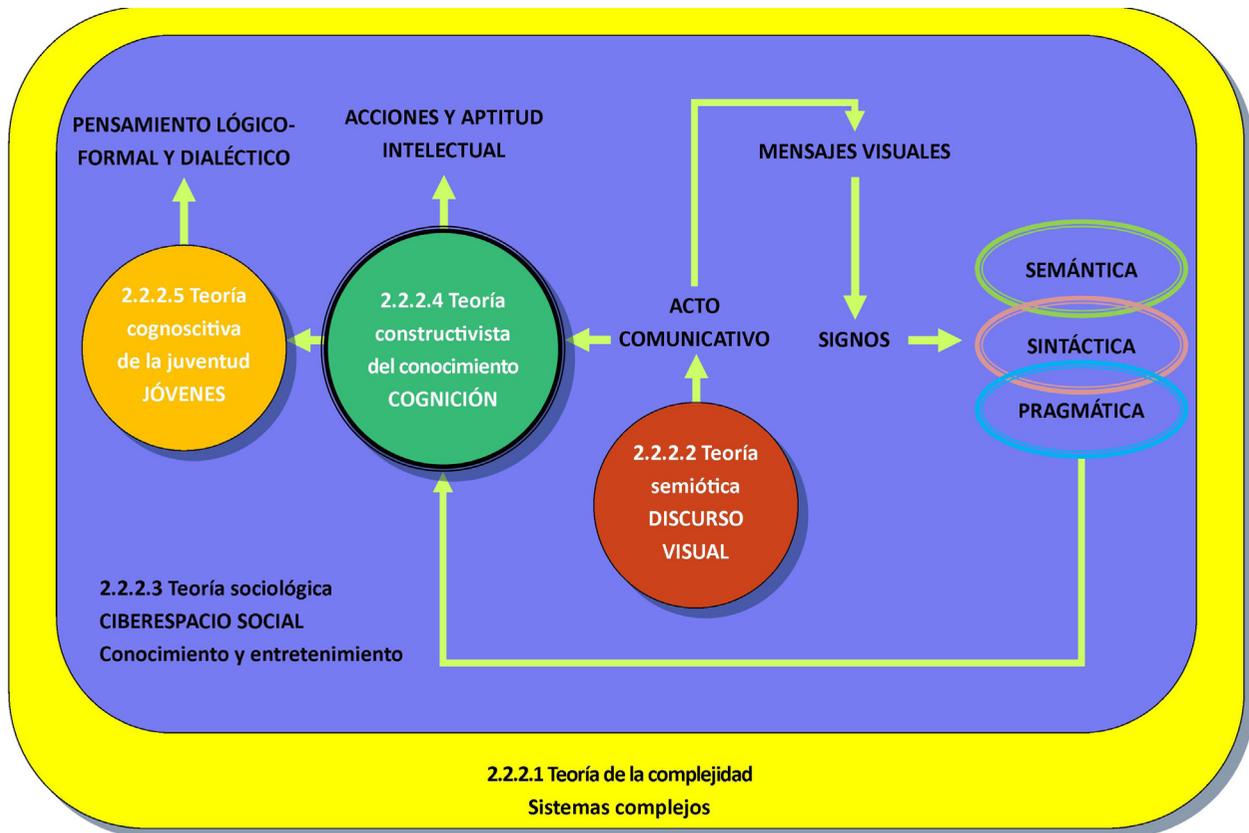
Sirva este apartado para desarrollar las teorías que sustentan este trabajo. De inicio se ilustra con un esquema del marco teórico que sirve para orientar la hilaridad de las teorías y los autores seleccionados.

La teoría de la complejidad funge aquí como teoría general, ya que el tema que ocupa esta investigación representa un fenómeno, un recorte de la realidad, como lo refiere García, donde cada uno de los componentes que lo conforman pueden ser estudiados de manera independiente, pero al mismo tiempo cada uno de ellos en la interacción con los otros, puede alterar o provocar cambios en los mismos.

Los sistemas complejos tienen la particularidad de la interdisciplina y el fenómeno que ocupa este estudio requiere de otras especialidades, por lo que, las contribuciones de la caología serán de gran utilidad para para dar mayor sustento a este trabajo.

En las teorías específicas se abre el tema de los efectos, que incluye estudiosos como Morin y Lorenz, para ligarlo al discurso desde la perspectiva de la lingüística y la comunicación; posteriormente vinculado de manera sólida a la teoría semiótica de Eco, sustentan esta parte.

El ciberespacio desde la teoría sociológica, por Lévy y Bauman , sirven de marco del discurso visual y con la teoría constructivista de García, al mismo tiempo, se complementa con las argumentaciones de Eco sobre la cognición, la cual está fuertemente ligada al individuo, en este caso a la juventud, con especialistas como Corral Iñigo, Pérez, Reguillo y Bauman, que enriquecen el tópico. De igual importancia, son las aportaciones de otros teóricos más como Balandier, Briggs y Peat, en el ramo de la caología. Por su parte Da Concencaio y Colom proporcionan reflexiones a partir de la teoría del caos y la complejidad para ligarlo a la educación, lo cual da pauta para generar nuevas inferencias respecto al tópico de investigación.



Esquema 4. Marco Teórico. Nicanor (2016).



Esquema 5. Teorías que sustentan el tema de investigación. Nicanor (2016).

2.2.1 Teoría general. Teoría de la complejidad

Entre los primeros que estudiaron la complejidad está Bertalanffy¹ (1976) con su Teoría General de Sistemas, quien refiere que un sistema se halla constituido de sistemas e interacciona con subsistemas. Aludiendo a la cibernética, Moreno (2002), manifiesta que cada uno de estos subsistemas no pierde su unidad, identidad y autonomía, puesto que poseen una organización interna específica que las mantiene en equilibrio.

Morin (2009), argumenta que un sistema es una interrelación de elementos, acciones o individuos que constituyen una unidad global. La entidad está constituida por subsistemas, que interactúan permanentemente, asimilan informaciones, aprenden y cambian sus comportamientos; además se adaptan a las modificaciones de su entorno mediante procesos que pueden ser llamados co-evolutivos, por lo que se convierten en un sistema complejo.

Para Morin los sucesos no son algo local, sino una multiplicidad de fenómenos y problemas de toda clase y en todo lugar, es decir, los modelos socioeconómicos, políticos, culturales, los desastres ecológicos, e infinidad de acontecimientos, rebasan las fronteras de un país.

De ahí que una de las principales ideas que manifiesta Morin es, que el mundo no es tan sencillo como se considera, sino algo verdaderamente complejo. Enfatiza que no se debe confundir la complejidad con la completud, donde el objeto sólo es visto desde una perspectiva, de forma reduccionista, unidimensional y abstracto, como lo hacía la ciencia del siglo XIX, con Descartes y Newton.

Morin no sólo habla de la complejidad, sino de un sistema complejo, como algo que se auto-organiza, por lo que, hace una analogía con el ser humano, al considerarlo como un ser que se reproduce constantemente y que mantiene contacto dialógico con su medio para poder conservarse.

Las ideas sobre la auto-organización por parte de Morin ya habían sido planteadas por Piaget (1967), en relación con el conocimiento señaló que existe una estructura parecida entre las organizaciones biológicas y cognitivas, y para ello, buscó el origen de los

procesos cognitivos en los procesos de asimilación y acomodación del organismo. Es decir, que hay una auto-regulación como punto de partida para la comprensión de los procesos cognitivos.

Las situaciones o fenómenos que suceden en el mundo real, no se pueden adjudicar a una disciplina en particular, de ahí su designación de una realidad compleja. Es decir, para la delimitación de una problemática, es necesaria la interdisciplina o la integración de diferentes enfoques. Para García (2006a), un sistema complejo es una parte de la realidad, concebida como una totalidad organizada, en la cual los componentes no son separables, por tal motivo, no pueden ser estudiados de forma aislada. Para poder estudiar un sistema complejo es necesario hacerlo mediante la interdisciplina, es decir, a través de la articulación de diferentes ciencias, con una base conceptual común, una base compartida de la investigación y de sus relaciones con la sociedad.

Además, los elementos que conforman la totalidad del sistema pueden agruparse en subsistemas constituidos por aquellos elementos que tienen un mayor grado de interconexión entre sí que con los demás. Estos subsistemas representan la estructura de un nivel y se interrelacionan con otros niveles inferiores o superiores. Dichas interrelaciones no lineales, son las que provocan cambios, que la totalidad, debe regular; pero por ser sistemas abiertos al entorno, también pueden alterar sus condiciones, en un juego de desequilibrio y reorganización. Tales desestabilizaciones reflejan la vulnerabilidad del sistema, pero también una resiliencia que les permite retomar el equilibrio. Con respecto a esto, Maturana (1996), se refería a una unidad biológica o social, como una organización autopoyética, por su capacidad de representar diferentes estructuras, pero manteniendo su organización esencial.

2.2.1.1 Teoría del caos

Una nueva forma de entender la teoría de la complejidad es a través de la teoría del caos, así como el término complejo no significa difícil, el caos no representa desorden

como tal, puesto que, en esa aparente desorganización existe un equilibrio. Se puede ilustrar con el hecho de que en la interacción de muchos seres humanos con inmensas diferencias se conforma una sociedad.

Sobre lo anterior, Briggs y Peat (1999) presentan una serie de provocaciones para experimentar de forma diferente el mundo que rodea al ser humano. Entre ellas, manifestar que la obsesión de tener todo bajo control hace olvidar que detrás de la incertidumbre y las sutilezas pueden existir explicaciones de la realidad, y que dentro del orden, existe un desorden. Si la ciencia hasta hace algunos años había creado la idea de que para estudiar un fenómeno era necesario ser presa de la cuantificación, la simetría y los mecanismos, el caos da pie para cuestionar las creencias más arraigadas y formular nuevas preguntas acerca de la realidad.

En la naturaleza se pueden encontrar ejemplos del aparente azar que presentan los fenómenos, pero que, contrario a eso, reflejan la manera compleja en que actúan. Por ejemplo, cuando el sol es demasiado fuerte, el individuo suda para poder enfriarse; o si hace mucho frío, tiritita para generar calor. Estos ejemplos pueden dar muestra de cómo un sistema llega a un punto de des-

equilibrio, para posteriormente alcanzar la autorregulación. De esta manera la entropía, entendida como el grado de desorden, caos; hace acto de presencia en un sistema complejo, para que este siga funcionando.

El caos refiere a los fractales, ramificaciones de formas que se van repitiendo a diferentes escalas. Las personas cuando se reúnen en grupos se auto-organizan formando fractales, en las redes sociales, donde los usuarios son presentados como nodos, se pueden apreciar estas formas.

La ley de los rizos de la duración, advierte que el tiempo en la posmodernidad ya no es lineal, sino se presenta en forma de fractales. La asincronía del tiempo en los mensajes instantáneos evidencia como es más prioritario disponer de unos segundos para contestar un mensaje que del lugar donde se encuentre el individuo. Un recado puede ser enviado y ser leído en el instante u horas más tarde, así como interrumpir una c o n -



versación de manera inesperada y reanudarla posteriormente. El ciberespacio se presta para mandar una nota a diferentes personas, sin que tenga que dividirse el tiempo para remitir uno a uno.

Del mismo modo, la teoría del caos proporciona una comprensión de los fenómenos educativos, puesto que representan procesos no lineales, abiertos y discontinuos. La complejidad a la que alude Morin es contextualizada en la Educación por Colom (2002), quien declara que para vivir en una sociedad compleja, cambiante y alineal, debe enseñarse desde la complejidad y el desorden y no desde particularismos. Las tecnologías de red, son otra muestra de sistemas no controlados, libres, individuales, conectivos, abiertos, que están muy cercanos al tema de la educación.

Para Da Concencaio (2008), la reflexión sobre la complejidad del conocimiento y de la búsqueda de una 'reforma del pensamiento', deben consolidarse en proyectos educativos y sociales orientados a reducir la fragmentación disciplinar; proyectos de reforma de la educación (de la primaria a la universitaria); reorientación de los principios de organización de retículas; articulación entre actividades escolares y extraescolares, así como la creación de espacios

institucionales estructurados para facilitar el ejercicio de la transdisciplinariedad.

Otra de las observaciones que hace Da Concencaio, es que la emoción no puede considerarse sólo como un estado del espíritu que produce satisfacción, alegría y placer, puesto que tiene su lado contrario; con estados como la furia, la rebeldía y el descontento puede generarse el conocimiento. Es en esta línea que los estados emocionales, ayudan a producir teorías e interpretaciones de los fenómenos que ocurren en el mundo. La subjetividad que sugiere Da Concencaio, es propia de la teoría del caos. En este sentido, el deseo que caracteriza al individuo es expresado por Colom como una forma de realización, una construcción de su cultura. La adquisición de los valores, de la moral, debe hacerse a través del deseo. La escuela que se fundamenta en situaciones caóticas debe estar acompañada del placer, el deseo y la pasión, puesto que si no hay imaginación y creatividad, difícilmente habrá libertad de pensamiento y expresión de ideas para preguntarse ¿quiénes somos y dónde estamos?

Los Sistemas Complejos y la Teoría del Caos, van de la mano, en el terreno de la educación, esta última, puede representar



un subsistema del sistema social, donde la dialéctica del orden-desorden tiene cabida, donde existe una dinámica hipercompleja, cambiante y que evoluciona en el tiempo.

La teoría del caos se basa en un aprendizaje plural y complejo, grupal y comunitario, a través de diferentes vías o fuentes de información, donde el alumno interpreta para crear su propio conocimiento, logrando así un aprendizaje auto-formativo. La educación le proporciona al individuo nueva información y da pie para otras reorganizaciones personales propias del desorden, que le servirán para incorporarse en la sociedad.

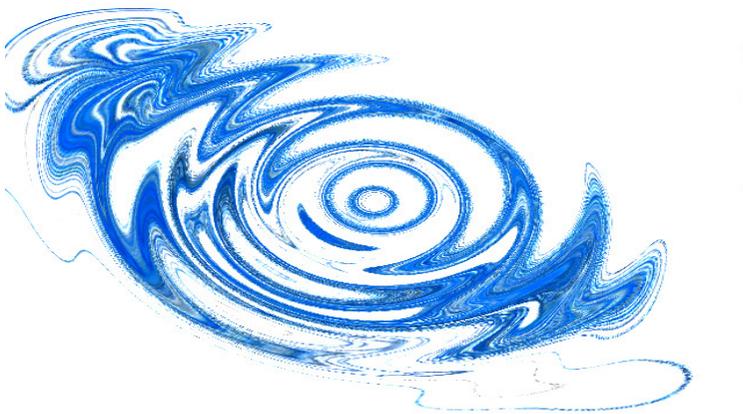
Colom complementa que el caos no se da en los elementos que lo componen, sino en las relaciones entre los mismos, profesores, alumnos, supervisores, administradores, políticos, etc. En la educación abundan los fractales, reflejados en los espacios del comportamiento, las pautas de conducta, el aprendizaje mismo, se van repitiendo en los diversos niveles del sistema, tanto del alumnado, como de los profesores; los problemas son los mismos en ambientes y niveles distintos.

Las argumentaciones de García y de otros autores aquí presentados sirven para sus-

tentar este trabajo desde la Teoría de la Complejidad, pues esta considera las problemáticas sociales como sistemas complejos. El fenómeno que ocupa esta investigación tiene todas las características para ser considerado como tal, puesto que el uso del teléfono y otros dispositivos móviles para el envío y de recepción de mensajes se ha vuelto una práctica común, que sus efectos se manifiestan en la actitud de los jóvenes. Los cambios en la forma de comunicarse también son indiscutibles, los avances tecnológicos permiten que el usuario se mantenga conectado de manera permanente y en cualquier lugar. La alteración de los mensajes visuales los convierte en no determinísticos, al no saber ¿a quién?, ¿a cuántos?, ¿en dónde?, ni que es lo que se hará con ellos. El discurso visual que se genera en el ciberespacio, no sólo involucra a los jóvenes, pero para este caso, son ellos los que forman parte de este recorte; el conocimiento conforma otro de los factores de este sistema; así mismo, si se habla de que las interacciones no sólo se dan en el interior del individuo, todos los efectos ocasionados por estos componentes se verán reflejados en otros entornos donde se desplaza el individuo, la familia, los amigos, la escuela, el trabajo.

En este apartado, las contribuciones he-

chas por especialistas en relación con lo expuesto por Rolando García, no se han seleccionado al azar, la Teoría del caos y de la complejidad en la educación a la que alude Colom y Da Concencaio, respectivamente, resultan de gran importancia; si se toma en cuenta que los sistemas complejos son abiertos, no se puede descartar que lo que los estudiantes aprenden en la escuela se vea reflejado en su interacción en otros medios como el ciberespacio; pero la situación puede presentarse a la inversa, lo que un estudiante practica en la red, los chats, la mensajería instantánea, tiene repercusiones en donde se desenvuelve, su casa, su escuela y otros espacios de convivencia tradicionales. Los fractales propios de la caología, confirman el hecho de que, las escalas, pautas o comportamientos, de un elemento o situación se repiten en otras dimensiones o niveles, en este caso, entornos donde se mueven los jóvenes.



En relación a la interdisciplina, como característica de los sistemas complejos, el trabajo no impide en ningún momento la intervención de otras ciencias, al contrario, el apoyo de especialidades como la filosofía, la psicología, la sociología, sirven para enriquecer la información concerniente a esta investigación.

2.2.1.2 El efecto mariposa

El efecto mariposa es una forma de entender la teoría del caos. Edward Lorenz² al tratar de explicar el clima atmosférico, cuando registró en el ordenador unos números con una aparente insignificante diferencia, que le proporcionaron resultados sorprendentemente alterados. Es decir, una mínima variación en las condiciones puede ocasionar que en el sistema haya resultados completamente diferentes. Dicho fenómeno fue bautizado como efecto mariposa, y se explica con el hecho de que el simple aleteo de una mariposa en un lugar del mundo, puede ocasionar grandes cambios en otro lugar distante del origen donde se generó.

La impredecibilidad de los sistemas complejos se puede advertir en las redes sociales, cuando alguien emite un mensaje, no hay seguridad de que se tenga una respuesta inmediata, ni tampoco de la forma

tradicional como en la comunicación cara a cara. El mismo mensaje puede ser leído por otro u otros de los actores que entran en la interacción y el efecto no repercutirá en ellos de la misma manera.

Acerca de la distancia y la magnitud que puede alcanzar una acción inicial, utilizando el mismo entorno de las redes sociales y la mensajería instantánea, la conectividad puede alcanzar millones de contactos, y entablar comunicación con individuos en los lugares menos imaginados y más apartados del mundo.

Lo anterior se complementa con la versión de Simmel (1986), el encuentro con el ciberespacio no termina en el momento ni en el lugar que se usa, este tiene repercusiones a largo plazo y en otros ámbitos. La experiencia que viven los jóvenes en el ciberespacio, tendrá implicaciones a posteriori, en entornos como el hogar, la escuela, el trabajo y otros.

De aquí la importancia de hacer a un lado la tradicional teoría de causa-efecto, y mostrar el concepto de efecto de modo no lineal, como un factor de un sistema complejo, donde los efectos no son determinísticos, ya que dependen de las interacciones y de la variabilidad de sus com-

ponentes; como sucede con los elementos que intervienen en este trabajo.

2.2.1.3 El efecto bucle de Edgar Morin

Desde la teoría de la Complejidad, manifiesta Morin (2002), en el principio del bucle retroactivo y de retroalimentación que, la causa actúa sobre el efecto y viceversa, como en un sistema de calefacción, en el que el termostato regula el trabajo de la caldera y se logra una autonomía térmica con relación a la temperatura anterior; por ejemplo: cuando alguien tiene una buena acción genera otra buena acción y, posteriormente más acciones buenas; o en caso contrario, una acción de agresión puede provocar una retroalimentación agresiva y acarrear agresiones más feroces. Situaciones de este tipo se pueden ver en todos los ámbitos (político, sociales, económicos, religiosos, económicos). Con estas ideas Morin rompe con la linealidad que se había mantenido siglos atrás sobre la causa y el efecto.

Sobre el mismo tema, Morin en el principio del bucle recursivo, señala que los efectos o productos son productores y causantes de lo que los produce. Se puede ilustrar con el hecho de que los individuos al interactuar entre ellos producen la sociedad, pero a su vez, la sociedad produce la hu-

manidad de estas personas, al aportarles el lenguaje y la cultura.

Si se busca el significado del término recursividad, se puede encontrar que proviene del latín recurrere (recorrer). Es decir, “volver a hacer un camino”; implica, entonces, retroceder al comienzo y efectuar el recorrido otra vez. Por lo tanto, se puede hacer una analogía entre el bucle recursivo y la actividad cognoscitiva del ser humano, cuando la mente va y viene, o bien, salta, entre los diferentes dominios donde opera, para crear sus discursos visuales. Este fenómeno también se observa en las redes sociales, donde los flujos de información se dirigen en diferentes vertientes, pero en algún momento regresan a su punto de origen.

2.2.1.4 Teoría de la comunicación y semiótica de los mensajes visuales

Las argumentaciones para tomar como base teórica la Semiótica en este trabajo, la proporciona el mismo Eco, en su Tratado de Semiótica General. Entre las primeras justificaciones, está el hecho de que la semiótica se ocupa de cualquier cosa que pueda considerarse signo. Es decir, se ocupa de una Teoría de los Códigos y una Teoría de la producción de signos. La primera, encargada de la semiótica de la significación, que

implica una convención social para generar funciones semióticas. En tanto la segunda, se ocupa de una semiótica de la comunicación, más enfocada a la expresión y con variados fines prácticos.

Desde la lingüística, Saussure (1954), entiende la semiótica o semiología, como una ciencia que estudia los signos en un marco social; es decir, los signos como lenguaje sirven para expresar ideas en diferentes ámbitos, desde los más cotidianos, como las formas de cortesía, hasta otros de tipo simbólico, de ahí que no se le puede negar también un carácter social.

En cuanto a Pierce, con una postura filológica, manifiesta que la semiótica es una doctrina que en su naturaleza se encarga de cualquier variación de semiosis, donde esta es una acción, una cooperación donde intervienen tres sujetos abstractos, un signo, su objeto y su interpretante.

Eco complementa que, la semiótica se encarga de los signos, pero examinados a partir de códigos; dichos signos se examinan en relación con códigos, y se van integrando en enunciados, frases retóricas, narraciones más complejas, etc.

Del mismo modo, los mensajes visuales



parten de elementos mínimos como un punto, una línea, una mancha, para posteriormente crear formas más complejas, un rostro, una mano, un pie, las orejas de un conejo, que complementadas con color, textura, volumen, y otros elementos visuales, crean significados con más sentido.

De ahí que la semiótica entendida como una disciplina que estudia las relaciones entre el código y el mensaje; entre el signo y el discurso, sea la teoría adecuada para sentar las bases sobre el discurso visual al que alude este trabajo.

2.2.1.4.1 El discurso desde la lingüística

Muchos han sido partícipes de un discurso, si no de manera física, sí a través de los medios de comunicación, como la televisión o la radio. De ahí que cuando se escucha la palabra, inmediatamente se remite a un discurso en la política, o bien, en algún otro evento de las grandes esferas del arte, la moda, entre otros. En este sentido, pareciera que el discurso es una oratoria donde alguien emite un mensaje a un grupo, y este último lo recibe pasivamente. Los estudios del discurso desde esta perspectiva de monólogo, resultan todavía con carencias y propio de aquellos llamados discursos de masas.

La lingüística por su parte, ha hecho lo propio, dándole al discurso un sentido más amplio, donde se genera el diálogo y los participantes tienen un papel activo en la comunicación. Si como escribió Austin (1962), el discurso es la manifestación del pensar, la comunicación de una intención a otros. Graña (2011) amplía el evento comunicativo y agrega el uso de la “palabra”, que se genera en un espacio-tiempo y en un contexto sociocultural.

Resulta todavía limitada pero útil, la definición que otorga la REA (Real Academia de la Lengua). La palabra discurso, procede de *discurrir*. Por lo tanto, el discurso es el producto del pensar y, se vale de las palabras o frases para poder transmitir lo que se siente o se piensa.

Continuando con el tema, la primera impresión que se tiene es que el discurso es un objeto de estudio propio de la lingüística, ya que generalmente se relaciona con la decodificación de un contenido textual, mediante conocimientos específicos propios de la lengua. Por tal motivo, hablar de discurso lleva forzosamente hablar del texto, pues mediante este se puede hacer un registro oral o escrito del primero. En el texto se puede encontrar parte del discurso, incluso, trasciende el mismo, pues-

to que el texto sólo es una de las formas donde se puede dejar entrever el discurso, pues no siempre es observable, como en el caso de un monólogo o la gestualidad.

El texto es el que permite el análisis para la reconstrucción de lo que es la parte más importante del discurso, agrega Villegas (1993); este se extiende a través de micro-estructuras y de realizaciones micro-proposicionales gramaticalmente condicionadas, donde se presentan redundancias al momento de desarrollar el discurso, pero que se regulan en su construcción a través de conectores que ayudan en las relaciones funcionales de coordinación o subordinación, así como por marcadores morfosintácticos que le dan coherencia. El mismo autor concede su concepción sobre el discurso, como la relación entre las intenciones del emisor (hablante o escritor) y las del receptor (oyente o lector), que implica procesos correlativos de producción y comprensión, lo que da pauta a una hermenéutica interpretativa.

Una vez que se tiene el concepto de discurso, se puede decir que el texto adquiere sentido, cuando entran en juego la producción del emisor y la interpretación del destinatario. Bajo estas circunstancias, se concibe como un soporte y mediador, pues

en él se pueden encontrar evidencias del discurso, y significaciones de las acciones significativas de los sujetos en sociedad.

Si el texto es un medio, es producido por un remitente y existe alguien que lo lee, adquiere un formato de comunicación. Este proceso de producción y de interpretación no se da de manera aislada; ciertamente, debe haber una coherencia interna en la conformación de texto, pero se requiere del contexto donde se desarrolla para encontrarle sentido.

Retomando a Villegas, la macroproposición (o proposición síntesis del discurso), incluye la dimensión semántica (aquello que se quiere decir), y así también la pragmática (a quién y para qué se quiere decir), lo que implica una planificación.

El trabajo semántico, sintáctico y pragmático, entre los interlocutores no es tan elaborado como se cree, pues volviendo a Graña, el texto puede sufrir, repeticiones, errores, y eso no le inhabilita sus propiedades textuales para servir como medio de comunicación. En una conversación habitual, la colaboración entre los participantes sirve para que esta fluya de manera natural, espontánea, sin necesidad de un ejercicio especial.



Esto se puede comprender porque existen interpretaciones que ponderan en la sociedad. De tal manera, según Fairclough (1990), cuando las personas hablan, escuchan, escriben o leen, lo hacen de una manera que ya está definida por la colectividad y, por supuesto, tiene efectos en ella. Sin embargo, de acuerdo con Alonso y Fernández (2006), los símbolos no siempre significan lo mismo, ya que existe una heterogeneidad en el uso de la lengua, y ésta varía por cuestiones especiales (estratificación), temporales, pero también por el contexto del individuo. De ahí que las interpretaciones del discurso estarán marcadas por la posición estructural en la que se encuentre el sujeto.

Por lo anterior, y tomando en cuenta que los actores que conforman el sistema de investigación pertenecen a un cierto estrato social, el ciberespacio (redes sociales, mensajería instantánea, etc.) en el que se mueven no requiere de un lenguaje complejo para comunicarse, ya que los temas son comunes y el medio se presta para comentarios y mensajes breves. Otra de las informalidades se puede observar en el saludo y despedida, dejando las conversaciones abiertas para reiniciarlas en cualquier momento. Los mensajes breves y frecuentemente mal escritos, Alcántara (2014), pueden también ser resultado de las cir-

cunstancias en las que se encuentren los usuarios; caminando por la calle mientras escriben un mensaje o en medio de una multitud de personas. En síntesis, corresponde a los investigadores la tarea para saber si los mensajes visuales son efectivos en la comunicación de los jóvenes.

Las aplicaciones de mensajería instantánea facilitan a los jóvenes cada vez más su interacción con sus pares. La autocorrección de textos, un banco de símbolos y emoticonos, un teclado desplegable pensado para trabajar de manera ergonómica con los pulgares, son sólo algunas de las bondades que incrementan la comunicación entre los jóvenes, sin preocuparse de reglas sintagmáticas.

Después haber reflexionado las ideas de Villegas, sirva para enriquecer el tema la acepción de Barthes (2001), el discurso como un conjunto de textos que se congregan para tratar un tema u objeto de interés social, que puede generarse a partir de una realidad material (tangible) o bien, a través de concepciones abstractas.

Sólo en el texto se pueden encontrar indicios de lo que se dice socialmente sobre algo (discurso), en él se desarrolla el placer y el imaginario colectivo en torno al sujeto y

todas las imágenes, estereotipos y utopías que sirven para guiar su actuar real.

Importa poco si el texto es rico o pobre, pues el lenguaje en ocasiones toma ideas de circunstancias al azar (libros, encuentros); pero el discurso no se reduce a un texto, sino a un torrente de lugares comunes convocados por un tema, mismo que puede atravesar distintos textos y manifestarse en ellos.

El discurso entonces, es un fenómeno estructural (Pérez, 2008), un conjunto de sentidos creados socialmente para comunicar. Se añade que, los sujetos, al hablar o escribir, no producen el discurso, sino que hacen uso de él y lo actualizan, modificándolo constantemente, con un dominio común que ya poseen. Del mismo modo, al escuchar o al leer, no reciben el discurso como si lo hubiesen encontrado por casualidad e inesperadamente, sino que lo comprenden a partir del repertorio discursivo que ya poseen. El discurso entonces, es un fenómeno íntimamente relacionado con la visión sobre las cosas del mundo que rodea al individuo.

En relación con lo dicho por Villegas, Barthes y otros autores aquí citados, asocian el discurso, Belinchon e Insúa (2004), con

la producción oral y también con los textos escritos, audiovisuales. De esta manera, el discurso representa una acción individual, sometida a las restricciones funcionales del sistema cognitivo y lingüístico humano, pero también una práctica social, sometida a las restricciones del contexto y la cultura.

Las reglas a las que refieren Villegas y Belinchon no se reducen a la producción del discurso, ambos sostienen que es una práctica social que está fuertemente ligada a la comunicación y que influyen aspectos socio-culturales.

2.2.1.4.2 El discurso como signo

La semiótica se ha valido de los estudios de la lingüística para explicar la comunicación. Sin embargo, como apunta Eco (2010), no todos los fenómenos comunicativos pueden ser explicados por medio de categorías lingüísticas. Desde la semiótica los discursos visuales se pueden categorizar como códigos o mensajes visuales. En otras palabras, representan una organización de signos, reconocidos por códigos visuales establecidos en la sociedad, los cuales encierran significados entendidos por el receptor, donde intervienen diferentes aspectos, por ejemplo, la percepción.

La percepción visual es indispensable para que el ser humano lleve a cabo reconocimientos automáticos que lo orienten en el mundo físico. En este proceso intervienen la realidad como tal, el ojo y la mente. Es decir, el individuo utiliza la vista para ubicar la realidad y consecuentemente la mente para conceptualarla. Sin embargo, a pesar de tratarse de la misma realidad, la imagen mental que se forma de ella no es la misma en todas las personas, pues depende de las limitaciones (anatómicas y neurofisiológicas) del ojo, del medio ambiente y de las convenciones sociales de cada época.

Puede decirse que en la percepción intervienen procesos sensoriales, sensitivos y teoréticos, que tienen que ver con la imaginación y la capacidad de identificación visual. Aunque de entrada, el sujeto utiliza más la parte sensitiva o estética para percibir la realidad, requiere de los otros dos procesos, dependiendo, claro, de sus propósitos; si es un científico, requerirá más de operaciones mentales; si se trata de un artista, utilizará más la parte sensitiva y racional.

Después de la representación de la realidad, el sujeto en la cotidianidad se sirve de los símbolos, signos o textos, para imaginar la realidad visible significada y de la

capacidad de la vista, de la información que proporciona la imagen y de la parte sensitiva, donde los recursos estéticos de persuasión subliminal o inconsciente entran en juego.

La importancia de la relación representación-realidad y visión-representación, radica en que actualmente las tecnologías, se han encargado de producir imágenes que invaden la vida diaria y el tiempo libre con fines comunicativos. Esto lleva a pensar en el ciberespacio, como un mercado donde, como ya se vio, se producen y entran en juego las imágenes y códigos visuales y el proceso de percepción de parte del receptor.

2.2.1.4.3 La retórica en los mensajes visuales

En la creación de mensajes en el ciberespacio no hay una metodividad como tal, pero si una intención, por lo tanto, una retórica, Eco (2010), entendida como el arte de la persuasión. Una persuasión calificada como honesta y una persuasión clasificada dentro del engaño.

Conviene también señalar que la retórica se enfoca en un razonamiento que quiere convencer al oyente de algo que ignora todavía y de una manera inusual (informati-



va), pero también de algo que se supone ya sabe y quiere, y que sólo basta convencerlo de que se trata de una conclusión natural.

La retórica se distingue por manejar dos sentidos. La primera de ellas basada en la dialéctica moderada entre información y redundancia. En la segunda, la retórica es un depósito de técnicas de argumentación ya comprobadas y asimiladas por la colectividad. En esta última, las soluciones codificadas confirman el código de que se parte, mediante una redundancia final.

Las tácticas de la retórica son empleadas por las empresas como *Facebook*, *Whatsapp*, *Twitter* y otros sitios de interacción, para tener cautivos a los usuarios. Una retórica nutritiva, como la que menciona Eco, que persuade reestructurando lo que ya es conocido, tal es el caso de, no hagas lo que todo el mundo hace, porque entonces eres un conformista. Pero también, tienes que hacer algo que te distinga de los demás, para no ser parte del montón; tener una cantidad inmensa de contactos, actualizar o modificar constantemente el perfil de usuario, puede crear la falsa idea de que lleva a sobresalir al individuo de los demás.

Para ampliar las funciones de la retórica está la operación consoladora, que se basa en hechos ya conocidos, pero que simulan innovar, informar, o despertar las expectativas del usuario, con cosas en las que ya estaba consciente o no se había dado cuenta; temas que acentúan el amor, la unión, la amistad, por ejemplo: “para que estés más cerca de tus amigos”, enfatiza una de las redes sociales más conocidas.

Otras técnicas de la retórica que utilizan las empresas en su afán por tener sujeta a la gente a sus productos o servicios, es el ofrecimiento de formas ya experimentadas y cargadas de prestigio, un auto o casa lujosa, la idea de comodidad, seguridad, son algunas de ellas.

Están aquellos sintagmas con un valor iconográfico fijo, donde la disposición de los elementos obedece a ciertas reglas relacionadas con conceptos ya reconocidos como la natividad o la realeza.

Algunas maniobras van directamente a los sentimientos de las personas, haciendo referencia a la familia, la amistad, la patria, etc., los recursos utilizados no sólo cumplen una función comunicativa, sino tocan las emociones del ser humano.

Sin saberlo, el individuo común, en la interacción en el ciberespacio, también se vale de frases ya hechas, así como de opiniones y señuelos emotivos ya consumidos, que sirven para convencer a su destinatario. Esto lleva a preguntarse ¿cuáles son las estrategias que utilizan los jóvenes para mantener a sus amigos o contactos y no ser borrados?

Las teorías desde la lingüística que se refieren al discurso como texto, son de gran utilidad para determinar que la Teoría Semiótica de Eco, es la más conveniente, para justificar el discurso visual, ya que posee una visión más amplia, en tanto se considera una integración de signos (orales, visuales, acústicos, gestuales) que involucran una serie de significados, regidos por códigos visuales; así mismo como un medio de comunicación, puesto que involucran un emisor, un mensaje, un canal y un receptor. Es también una práctica social, puesto que es una actividad común, sobre todo hoy en día, ya que gracias a las

tecnologías de comunicación, cualquiera puede producirlos, enviarlos y recibirlos de manera instantánea. Además de ser una combinación de signos con significados, en él se conjugan una serie de intereses de cada uno de los involucrados. La frase que regala en sus escritos McLuhan (1994), en el sentido de que el medio es el mensaje, ya que los propios aparatos tecnológicos modifican las conductas del individuo, tiene gran peso en este trabajo, puesto que los teléfonos móviles, han logrado que los sujetos adopten comportamientos colectivos cada vez más comunes (vista fija en el teléfono, el aparato cerca de la oreja o la boca, los pasos en línea o en círculo cuando se contesta una llamada, hablar en voz alta, portar audífonos, sacar el teléfono de donde se guarda cada vez que hay un tono de llamada o mensaje, y otras tantas manías).

2.2.1.5 Teoría sociológica del ciberespacio

Aunque la palabra ciberespacio fue tomada de la novela Neuromante, de William Gibson (1984), que alude a una alucinación consensuada, poco tiene que ver con las definiciones que se han hecho posteriormente e, incluso se han agregado nombres como realidad virtual que, según Leiner (1989), son recreaciones de nuestra relación con el mundo físico en un nuevo plano, no más, no menos.

La pluralidad de usuarios, refiere Lévy (2004), que utilizan los sitios de internet dan pauta para nuevos productos, pero también para una mayor interacción y variedad en las relaciones de los que participan. Es decir, el ciberespacio se convierte en un soporte social, debido a la multiplicidad de escenarios que presenta.

El ciberespacio ofrece el hipertexto, el multimedia interactivo, los juegos de video, la realidad virtual, herramientas para facilitar el trabajo del usuario, programas, sistemas expertos, entre muchos otros servicios, que lleva cada vez más a la diversificación de usuarios.

Sobre el espacio social, Bauman (2009), lo concibe como un espacio donde se desarrollan aspectos de tipo cognitivo, estético y moral; donde la proximidad y la distancia, la cercanía y la apertura, hacen acto de presencia. Si bien el espacio cognitivo emerge del intelecto para su construcción, también es necesario para su posterior reconocimiento, este se conjuga con la parte estética al momento que el individuo se ve involucrado afectivamente. El espacio social se completa cuando se asume la responsabilidad para cuidarlo, mediante un acto moral.

Con respecto a las argumentaciones de Bauman sobre el espacio social, también pueden ser aplicables en el ciberespacio, pues aquí también se entrelazan los factores que menciona; se requiere de una funcionalidad cognitiva como lo manifiesta Colom (2002), primero para ingresar y una vez dentro para moverse de un lado a otro en la gran cantidad de sitios y de información simultánea que este ofrece. Es imprescindible apuntar que en este espacio, como en el espacio físico, de primera instancia, nadie tiene impedido el acceso, aunque existan sitios en ambos, donde la admisión está restringida. En el espacio público las reglas son más claras, están respaldadas por leyes, en el ciberespacio las normas aún se desconocen.

Aunque las argumentaciones de Lévy y Bauman son las que sostienen esta parte de la investigación, no está de más citar algunas definiciones de otros autores, con el fin de ampliar la concepción de ciberespacio.

Benedikt (2008), con respecto al ciberespacio, lo describe como un espacio electrónico de datos y representaciones, generados y organizados permanentemente, y conectadas a un conjunto de red global de computadoras, donde la distancia no tiene



relevancia. Un espacio similar a la *Cityspace* o espacio físico, que se puede diseñar, habitar y explorar, y donde la información y la cognición son fundamentales en la decisión de selección.

La definición que hace Aguirre (2004) resulta también interesante, ya que concibe el ciberespacio como relacional y creado, pues existe mientras hay interacción e intercambio de información entre sus integrantes.

De acuerdo con Qvortrup (2002), el ciberespacio es la representación de la experiencia en la realidad, no la realidad como tal. Otros autores, como Lainer (1989), lo llaman virtual, para Castells (1997) es un espacio de flujos, pero con el mismo sentido de representación.

Desde una posición fenomenológica Qvortrup deja claro que las representaciones tienen que ver con la forma en que se percibe y se mueve en el espacio y la relación con los objetos, lo que implica atributos prácticos y cognitivos del individuo. Además añade que la forma en que las técnicas virtuales son usadas en la medicina, simuladores de vuelos, la geografía, la educación el entretenimiento, entre muchas otras, pueden ser categorizadas, haciendo uso de la semiótica, para ello las categorías de Pierce: icono, índice y símbolo.

La primera percepción se genera en la corporalidad, que se traduce en la abstracción de lo percibido, mediante gráficas; para posteriormente representarlo de forma visual, realística o esquemática; aunque también puede ser de forma, verbal, sonora o material. Por lo tanto, el individuo utiliza la orientación que ya tiene del mundo físico para adaptarse a este nuevo espacio perceptual.

2.2.1.5.1 El espacio del saber

El ciberespacio, sostiene Lévy (2004b), debe ser visto como registro de datos de los seres humanos, un procesador de información, un espacio de negocios financieros, de promociones tecnológicas, de guerras; pero también de evidencia de la inteligencia colectiva, la cultura de millones de personas, la belleza de los lugares, la historia del arte, el universo, temporalidades sociales y la reinención de los vínculos sociales.

2.2.1.5.2 El espacio estético

En cuanto a la parte estética, el sujeto, aunque en ocasiones sólo con una apreciación empírica, pero hace uso de ella, para ver y seleccionar los sitios que más le agradan sin necesidad de complicarse la existencia.

Si en el espacio social existe una parte cognitiva mezclada con la moral para mantener los espacios en buen estado, para crear y darle mantenimiento al ciberespacio, existen programadores, informáticos, diseñadores, desarrolladores de software, que se encargan de mantener el ciberespacio al día y poner al alcance de la mano del usuario toda una gama de sitios de información audiovisual; no existe ninguna autoridad presente, ni en apariencia reglas establecidas que obliguen al usuario a cuidar el espacio o a conducirse de acuerdo a ciertas normas, de manera que puede deambular por donde le plazca y actuar hasta donde el mismo se lo permita.

2.2.1.5.3 El espacio moral

La idea de moral, del cuidado del Otro y de sí mismo como refiere Bauman, es idónea para traer a colación sobre lo que Gubern (2006a) advierte, que el ciberespacio puede ser peligroso e inseguro, por la cantidad de estafadores, paidófilos, e incluso, asesinos, que también se mueven en el mundo de las redes.

Y dado que la comunicación está alentada por el deseo y el amor, el coqueteo entre los usuarios resulta vital, para ello está el texto y los *emoticonos*, bajo figuras estereotipadas. Es así que en el ciberespacio el despertar de la libido comienza por lo visual, aunque termina en lo conceptual, permite ver, pero no tocar; aunque algunas relaciones rebasan el ciberespacio y se concretan posteriormente en la realidad.

Las funciones del teléfono móvil hacen que, de hecho, ya no sea necesario escanear una imagen para la enviársela a la otra persona; basta con tomarse un *selfie*, la cual, puede retocarse en el mismo momento, ponerle o quitarle lo que sea necesario, favorecerse mediante una imagen atractiva de sí mismo, y también para cumplir las expectativas del otro.

Ante estos impulsos, pareciera que impera el racismo étnico, de la fealdad, el miedo a la edad y la enfermedad, pero también algunos psicólogos piensan que es una forma de liberar las energías eróticas reprimidas por los códigos sociales o morales. El ciberespacio se presta para eso, para proyectar los deseos o fantasías, no así en la vida real, donde son más claras las reglas para la misma seguridad del individuo.

El ciberespacio posibilita a los jóvenes actuar con franqueza, o bien, mentir para ocultar sus defectos, Gubern insinúa que las conductas con fines sexuales que se presentan en el ciberespacio, evidencian que el sexo no está en las piernas, sino en la mente. Así mismo, dada la facilidad de crear identidades, se presencia de todo, con el juego de roles de género, y relaciones que van de la poligamia a la poliandria.

Las charlas llenas de fantasía y deseo sexual estaban destinadas a las salas de chat calientes, pero han evolucionado, y las aplicaciones de mensajería instantánea cumplen esa función, desde estas se entablan relaciones con personas desconocidas. Su éxito también se puede atribuir a que las relaciones en el ciberespacio no implican obligaciones e incrementan las ensoñaciones, lo que conlleva a que los jó-

venes pasen horas en la red, en el envío y recepción de mensajes.

2.2.1.5.4 La ubicuidad y atemporalidad del ciberespacio social

Con el incremento de dispositivos: *tablets*, *smartphones* y toda una serie de accesorios cada vez más pequeños que permiten navegar en el ciberespacio, el individuo no se limita solamente a hacer llamadas desde un sitio, como se estaba acostumbrado con el teléfono fijo, los dispositivos están contribuyendo a que las prácticas sociales en los espacios de flujos los nodos se multipliquen y que las distancias varíen conforme el individuo se mueve, en relación a sus intereses.

Por ejemplo, una persona que sale de su casa con destino a su trabajo y en el trayecto se topa con el tráfico, propio de las ciudades, manda un mensaje o hace una llamada para avisar a su jefe que llegará tarde, mientras se comunica va acortando el camino; pero al mismo tiempo puede enviar otro mensaje a algún miembro de su familia, para comentarle de la situación o de cualquier otro tema del día, lo que genera un nuevo enlace de comunicación, la separación con esta segunda persona es diferente a la primera conexión que hizo. Las distancias, por supuesto, cambian de

acuerdo a las actividades e inquietudes de cada sujeto y son las que modifican los puntos de intersección en la comunicación. De ahí que Castells (2000), en su momento haya denominado a esta nueva construcción del espacio como de comunicación selectiva e individualizada; el lugar no importa, lo que importa es la conectividad ubicua.

Actualmente, los dispositivos móviles ofrecen a los usuarios, como refieren Harrison y Dourish (1996), la posibilidad fenomenológica de experimentar un espacio, cualquier espacio, de una manera única e individual, no tanto por la creación de su propio lugar, sino el resultado de la polisemia total del lugar, sin ningún contexto natural.

El espacio temporal es el que predomina, mientras el lugar pasa a segundo término, como un telón de fondo físico. Por lo que, el espacio se desnaturaliza y se reconstruye, no en sus tres dimensiones, sino a través del flujo temporal de información en el ciberespacio. No importa con quien y dónde se esté, lo que interesa es el tiempo suficiente para mandar o recibir un mensaje. La afición en ocasiones parece llegar a los extremos, al grado de olvidarse en donde se encuentra. Hoy en día con juegos como el *Pokemon Go*, el individuo, lo mismo busca pokemones en un restaurante, que en un

estadio, una escuela, un museo, o invade espacios reservados para ritos como una iglesia, un cementerio, etc. No se toca el tema aquí de la realidad virtual, sino como el ciberespacio va extendiéndose, mientras el espacio físico va perdiendo cada vez más su esencia, pues según Baudrillard (1978), del territorio sólo quedan girones fragmentados en un desierto de lo real. El asalto a los espacios, pues así podría calificarse, por la forma inesperada y la multitud con que llegan los visitantes con sus aparatos a estos lugares, dejan ver la manera en que el ciberespacio se hace presente; un sonido previo da cuenta de que hay un *pokemon* alrededor, para inmediatamente ocupar y recorrer los espacios sin importar si es propiedad pública o privada.

Resulta decisiva la Teoría Sociológica de Lévy, por lo que se decide concebir el ciberespacio como una representación de la realidad, donde convergen multitud de personas para intercambiar diversas ideas e inquietudes. Espacio donde los usuarios hacen uso de signos decodificados en mensajes visuales para tratar todo tipo de asuntos, sean estos: informativos, de servicios, negocios, académicos, de salud, científicos, medio-ambientales, amistad, amor, sexo, entre otros. El ciberespacio o espacio virtual, como también se le identi-



fica, es una representación de la experiencia en la vida real, por lo que es intermitente, se entra y sale a gusto o necesidades del usuario. El hecho de tener como actores a los usuarios que navegan, en el ciberespacio se entrelazan también cuestiones de tipo cognitivo, estético y moral. Un espacio del saber por ofrecer información valiosa para aquellos que la aprovechan; un espacio estético, pues está lleno de grandes atractivos audiovisuales que seducen a cualquier usuario; pero también un espacio moral, donde fluyen sentimientos de amor e infidelidad, de recato y exhibicionismo, de fe y perversión.

2.2.1.6 Teoría constructivista del conocimiento

Sacristán (2005), refiere que la creación de nuevos entornos como el ciberespacio, hoy en día, con códigos visuales en mayor cantidad, también enfrenta al individuo a nuevas formas de encontrarse con el conocimiento.

El conocimiento no se genera sólo en las escuelas, hoy más que nunca existe una gran variedad de canales para emitir o recibir información y ser partícipes de los contenidos en diferentes tipos y niveles, el ciberespacio representa uno de ellos.

Si como dice Lévy (2004), el conocimiento es el resultado de la forma en que el ser humano organiza o reorganiza su relación con él mismo, con sus semejantes, con las cosas, con los signos, con el cosmos; en el momento que los jóvenes se relacionan en el ciberespacio están aprendiendo; el mismo Levy lo reafirma en otro de sus textos, el ciberespacio se designa como un lugar de navegación en el conocimiento y de relación social, así mismo, agrega que para que eso suceda debe haber una intención en la construcción del mismo.

Sobre el conocimiento, García (2000) señala que es el producto de organizar los datos de la realidad para darles un sentido. Es decir, construir una lógica de la acción, organizar las interacciones con el mundo exterior. Dicha organización se va dando a través de la asimilación y acomodación de la información.

Según García, quien retoma a Piaget, el individuo aprende en la interacción frecuente con los objetos que le rodean, generando no sólo totalidades organizadas, sino organizables,

pues estos objetos adquieren significación y se pueden acomodar de acuerdo a sus propiedades. La asimilación es el proceso cognitivo más básico y tiene ver con la aprehensión de los objetos a los esquemas de acción; la asimilación también envuelve la construcción de nuevos esquemas, la acomodación de los anteriores y de sus coordinaciones.

Desde la Teoría Crítica de la Comunicación, Habermas (1998) concuerda con Piaget, en cuanto que la construcción del conocimiento en el interior del individuo se va dando en diferentes etapas, pero el autor va más allá, al argumentar que el conocimiento se demuestra en las emisiones o manifestaciones lingüísticas y también en las acciones teleológicas del ser humano; es decir, en “cómo se sabe” y “qué se sabe”. Por tal motivo, los hombres, las mujeres, los niños y los adultos son racionales, en tanto poseen esta capacidad; por el contrario, los animales, y los seres inanimados en la Tierra, no pueden llamarse racionales. Dentro de las argumentaciones racionales, están las disculpas, las declaraciones de guerra, las reparaciones a las decisiones que se toman en una reunión de empresarios o políticos; a diferencia de los fenómenos climáticos que no puede llamarse como tal.

Para que la racionalidad exista es imprescindible que se de en función de lo conocido y lo cognoscible con los demás; un mundo donde todos concuerden que están viendo lo mismo, bajo esquemas de expresiones reconocibles. Así mismo, la racionalidad se manifiesta en diferentes niveles, dependiendo del peso o la fundamentación de verdad; en el caso de las acciones teleológicas, del fin y los medios utilizados. No puede llamarse racional a una persona que no cumple las condiciones para hacerse entender con argumentaciones claras, ni aquel que vaya en contra de lo acordado por el resto del grupo social. En cambio, se pueden defender con razones, manifestaciones que no han sido validadas claramente por las normas sociales, por ejemplo: hacer un viaje, comprarse una prenda de tal color, elegir una casa de cierto estilo, estudiar una carrera universitaria en específico, entre otras muchas decisiones que se toman en el diario acontecer.

Si el individuo dedica más tiempo a reflexionar sobre lo que hace, se conducirá con mayor lucidez y logrará mayor independencia con respecto a su entorno y a los que lo rodean. En el ámbito de comunicación, quien logra con argumentos válidos defender lo que dice, se muestra más racional.



Actualmente, la facilidad que dan las herramientas tecnológicas y las aplicaciones de mensajería instantánea, ocasionan que muchos de los mensajes que se crean tengan errores ortográficos, algunas veces por el corrector automático de las *app's*, y en muchas otras, por el desconocimiento de redacción del usuario. Las fallas en la escritura y la atención simultánea que se da a los múltiples mensajes, las imágenes malinterpretadas por celos, la tardanza en la respuesta, originan grandes confusiones, que llevan a los usuarios a discutir en el ciberespacio. En estos casos, la falta de cordura se hace presente y, como se dice comúnmente, las personas pierden la cabeza o se salen de sus casillas con argumentos irracionales.

Desde la Teoría Semiótica de Eco (1997), el conocimiento o tipo cognitivo como lo designa, es un procedimiento para construir la imagen de algo, una cualidad que cada individuo tiene en la mente, a partir del cual reconoce un objeto, con el que ha tenido contacto en algún momento; un fenómeno de semiosis perceptiva. García, quien retoma a Piaget, habla precisamente de este reconocimiento que se genera a partir del contacto diario con los objetos; pero Eco sostiene que en esta relación se generan comportamientos, entendidos también como interpretantes del objeto y los que sirven como indicadores de sentido; estos comportamientos, posibilitan construir por medio de su clasificación, una Teoría Semiótica que postula bajo el tipo cognitivo, como algo que orienta los actos interpretativos y ayuda a unificar la multiplicidad de la intuición.

Las significaciones se van dando en la modificación y transformación, en la relación con los objetos o situaciones, pero no de manera lineal, pues se generan en las múltiples relaciones vinculadas a la coordinación de los esquemas.

Lo dicho por Carr (2011), en relación a que las características intelectuales y conductuales del individuo se ven en el día a día, a través de que lo hace y cómo lo hace, consciente o inconscientemente, no hacen más que confirmar la Teoría Constructivista del Conocimiento de García, la Teoría Crítica de la Acción Comunicativa de Habermas y la Teoría Semiótica de Eco, las cuales guardan entre sí una relación muy estrecha.

Por lo tanto, con García queda entendido que el conocimiento se construye en el contacto con la realidad, en la interacción repetida con los objetos, y esto se observa en los jóvenes con la destreza para usar el teléfono móvil, al escribir mensajes en el ciberespacio de manera tan rápida se corrobora el dicho: “la práctica hace al maestro”, con la habilidad que demuestran para ir de un lado a otro, deslizándose en la pantalla del teléfono móvil y otros aparatos digitales; cuando utilizan el banco de emoticonos, se toman una foto, la retocan y la comparten en el momento en sus conversaciones.

Las habilidades de los sujetos manifestadas en las actividades diarias tienen un origen biológico hereditario innato y se van incrementando con las acciones aprendidas en el mundo exterior, donde son de gran importancia las tareas cognoscitivas. Por lo que, la preparación intelectual en las personas es esencial para descifrar los mensajes visuales (signos) transformados con las diversas herramientas que ofrecen los dispositivos tecnológicos.

Por último, se considera pertinente, desde una Teoría Epistemológica, la aportación de Nicol (2003), quien plantea el conocimiento como el reconocimiento “del Otro”

y de “lo Otro” como un hecho o realidad existente, a través del diálogo y de una experiencia en común; donde la memoria y el tiempo son indispensables para su proceso. El conocimiento se extiende ahora, y no sólo representa la interacción con los objetos, con el entorno, sino también con los Otros. De ahí que la cognición también se ve reflejada en la actitud con las personas que les rodean y con el ambiente. De las personas que están alrededor también se aprende, pero el aprendizaje no llega solo, se requiere de un esfuerzo del individuo, mediante la comunicación, el diálogo, donde ambos puedan expresarse y ser escuchados mutuamente. El teléfono móvil y otros dispositivos similares, exigen tener la vista fija en ellos, por lo que cabe preguntarse, que tanto permiten poner atención en los Otros, más allá de la simple mirada y; qué tanto posibilita poner atención en sí mismo, no en la actividad que está llevando a cabo en ese momento, sino en el papel que desempeña en el mundo en el que vive, los sucesos que ahí ocurren y que le afectan positivamente o negativamente.

2.2.1.7 Teoría sociológica de la juventud

Definir el concepto de juventud ha sido una tarea difícil para los especialistas, son varios los criterios que se usan para hacer la delimitación. La CEPAL³, por ejemplo, es-



tima el límite inferior a partir del desarrollo de la función sexual y reproductiva; mientras que en el límite superior, establece la conclusión del ciclo educativo formal, su ingreso al mercado laboral y la formación del hogar de manera independiente. Es decir, la edad que va de los 10 a los 29 años.

En México, se utiliza de la misma forma: adolescente, menor o joven, considerando el límite inferior entre los 12 o 15 años, y el superior hasta los 25 o 29 años. La delimitación de la juventud resulta un tanto arbitraria, pues incluso la ONU, tiene la propia, al declarar jóvenes a los que están entre 15 y 25 años.

Al no conformarse solamente con el criterio etario, para Pérez (1999), ser joven es un concepto relacional que se construye con la historia y con contextos bien definidos, con encuentros y desencuentros entre las normas impuestas por instituciones (sociales, políticas, religiosas, económicas, culturales) y una autoconstrucción propia. Un término cambiante que se construye permanentemente y que tiene relación con lo cotidiano y con lo imaginado, con lo transitorio de la edad y lo social.

Coincide con la definición de Reguillo (2007), lo joven constituyen un universo so-

cial cambiante y discontinuo, cuyas características son resultado de una negociación-tensión entre lo que le asigna la sociedad culturalmente y la interiorización diferenciada de los esquemas de la cultura actual.

Los jóvenes no pueden considerarse un todo homogéneo, pues representan una heterogeneidad de actores, que se van integrando de acuerdo a sus propias acciones y prácticas, en respuesta al poder del que son parte.

Siguiendo a Reguillo (2007b), en relación a cómo los jóvenes se integran e interactúan, se desarrollan cuatro conceptos:

- El grupo, en donde el sentido está dado por las condiciones de espacio y tiempo.
- El colectivo, caracterizado porque varios jóvenes comparten un proyecto o actividad.
- Movimiento juvenil, donde los jóvenes se reúnen o son convocados alrededor de un conflicto en un espacio público.
- Por último, las identidades juveniles, a las que se adscriben de acuerdo a sus identidades: *punks*, *taggers*, *skinheads*, *rockeros*, góticos, metaleros, *okupas*, etcétera.

Lo joven no se reduce a la edad, ni tampoco hay una sola juventud, pues depende

de varios factores, entre ellos: la situación, la representación, lo cotidiano, lo imaginado, lo condicionado y lo transitorio, que hacen que la definición resulte difícil; no así la aportación de los autores citados, desde una perspectiva social, para entender el concepto de joven y cómo los individuos se van integrando a través de la música, la ropa, el ciberespacio.

La situación económica que se vive hoy en día y la falta de oportunidades tanto educativas como laborales, por ejemplo, obliga a los jóvenes a quedarse más tiempo en su casa, donde son atendidos, se les consigue trabajo y hasta se toma decisiones por ellos. Esta realidad contradice los límites de edad que establece CEPAL para ser considerado joven.

La educación juega otro papel importante, al no existir una formación acorde a las exigencias del mercado laboral, la mayoría de los jóvenes termina en trabajos informales, que, en apariencia resultan más fáciles, puesto que no se les pide referencias de trabajo, tienen más tiempo libre con los amigos; pero tampoco hacen proyectos de vida, ni tienen el hábito del ahorro, cuando no hay certidumbre del futuro. Por lo tanto, formar un hogar propio con todo lo que implica, no está dentro de sus visiones.

Aunque están los otros, los que conforman la minoría, la competencia o *trendsetters*, Canclini (2012), quienes cuentan con una formación académica apropiada en las mejores escuelas, que tienen acceso a la tecnología, disponen de los recursos económicos, escolares y familiares, tienen conocimiento del inglés u otros idiomas; que les da la posibilidad de poseer mayor apertura, capacidad para emprender proyectos, habilidades en la interacción a distancia y en el manejo de las nuevas tecnologías.

Las contribuciones sobre la concepción de los jóvenes es por demás enriquecedora, pero es necesario encaminar el concepto hacia el tema de interés de este trabajo, para no perderse en el trayecto.

De ahí la necesidad de traer a cuenta a Corral (1998), quien concibe la juventud, como una etapa probabilística, continuación de la adolescencia e inicios de la vida adulta.

Un periodo de transición en que la capacidad mental cognitiva y de tipo cuantitativo, se considera, está en su apogeo, dando paso poco a poco a un pensamiento dialéctico. La propuesta de Corral resulta válida, si se toma en cuenta la epistemología de Piaget, en el sentido de que el conocimiento se va modificando conforme la edad, los esquemas van generando nuevas estructuras, sin descartar las ya existentes.

La adquisición de conocimiento del individuo se lleva a cabo mediante procesos internos de asimilación y acomodación de información, en relación con el exterior; pero el hecho de que el joven sea un ser social, implica que haya factores que intervienen en su aprendizaje, como la situación económica, la familia, el nivel escolar, las amistades, o el lugar donde se mueve cotidianamente (la calle, las plazas, los lugares de reunión, etc.). Otro aspecto que se debe resaltar es que no se aprende por inercia, sólo por interactuar con los objetos, independientemente de la repetición, Ausubel (2009) infiere que se requiere también de disposición y, por supuesto, de material idóneo para lograr un aprendizaje más profundo.

El ciberespacio, según Lévy (2004b), contribuye a la inteligencia y la imaginación. Sin embargo, el deterioro simbólico de las familias, la falta de oportunidades en las escuelas y el trabajo, crean una incertidumbre en los jóvenes; aunado a lo que Dessel y Bauman (2014) llaman la búsqueda insatisfecha de identidad, mediante la reconstrucción constante de la auto-imagen en el ciberespacio, que lleva a encasillarse en lo visual, como refiere la frase “No estoy aquí para que me lean, sino para que me vean” y, que según Sartori (1998), repercute en su capacidad de abstracción y entendimiento, al limitarse sólo a la denotación de imágenes.

Atendiendo a lo anterior, la decadencia de la lectura, complementa Andreella (2015), que servía para dar origen a un yo real, profundo y personal, es sustituida por los instrumentos audiovisuales en el ciberespacio que dan paso no tanto al diálogo íntimo de la persona como a la interacción entre personajes; la identidad migra entonces de la interioridad hacia los espacios turbulentos de la comunicación y busca multiplicar permanentemente sus direcciones, rechaza la estabilidad y focaliza su atención en algo, lo suficiente para consumirlo. Esparcirse es la nueva necesidad del yo, como si necesitara fecundar cons-

tantemente el mundo con las imágenes de sí mismo que más le agradan.

Pero la auto-representación también ofrece otras posibilidades, si las condiciones en la vida cotidiana no son las más prometedoras, o más bien de incertidumbre para los jóvenes, el ciberespacio se presta para ascender en estrato social, aunque sólo sea de manera momentánea; (Goffman, 1993), una vez que se conocen los signos o estrategias para usarlas en el cambio de la fachada del individuo, pueden ser usadas para embellecer e iluminar las actuaciones diarias en el ciberespacio, de una manera favorable.

2.3 Marco contextual. Aspectos generales en México, el Estado de México y Ecatepec de Morelos

2.3.1 El acceso a internet en el Estado de México

El INEGI (2016), informa que en México el 70.5% de los cibernautas tienen menos de 35 años. El 53.9% de los niños de 6 a 11 años utiliza internet, en un 85.9%, se ubican los de 12 a 17 años. Por su parte, los de 18 a 24, representan el 83.1%, dejando atrás a los de 25 a 34 años con el 71.1%; es decir, la mayoría de los que navegan en internet son jóvenes. El informe sostiene que el acceso a internet tiene que ver con el nivel de estudios, por ejemplo, el 46.1% corresponde a la educación básica, el 83.0% lo componen los jóvenes de educación media, en tanto que a los de educación superior toca el 94.5%.

La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) ((2015), evidencia que en la Ciudad de México el 63.1% tiene conexión a internet; mientras que en el Estado de México sólo el 40.9% goza de este servicio.

Los datos arrojados sobre el acceso a internet, exigen revisar el número de escuelas y el acercamiento a los espacios de cultura, entre la Ciudad de México y el Estado de México, dada la cercanía, pero también el contraste entre estas dos entidades, para advertir las incidencias del contexto en el aprovechamiento de los dispositivos móviles o de la tecnología en general.

2.3.2 Las instituciones educativas en la CDMX y el Estado de México

El Sistema Nacional de Información Estadística Educativa (SNIEE), (2015), en los niveles que interesan a este trabajo, informa que en la Ciudad de México hay 460 escuelas de nivel superior, de las cuales, 357 son licenciaturas, 23 normales, 334 universitaria y tecnológica y 311 posgrados.

Las escuelas públicas con nivel superior alcanzan un total de 246, y con un número mayor, 422 las escuelas privadas.

En el nivel medio superior 463 escuelas, 380 son bachillerato general, 261 bachillerato tecnológico, 54 técnico bachiller y 12 a profesional técnico. Con carácter público se tienen 285 y 422 son privadas; en una entidad compuesta de 16 delegaciones, INEGI (2015).

Según datos del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ) (2016), los 2,494 657 de jóvenes que habitan en la Ciudad de México, tienen la posibilidad de acceder a una de las escuelas citadas.

El Estado de México, con 125 municipios, INEGI (2015), alcanza un conjunto de 433 escuelas de nivel superior, con licenciatura 406, normal 44, 362 universitaria tecnológica y 177 posgrado. Se estima que 63 son públicas y 340 son privadas.

En el nivel medio superior, 2,154, entre ellas, 1,513 pertenecen a bachillerato general, 567 bachilleres, 117 técnico bachiller y 15 a profesional técnico; de las cuales 1,626 son públicas y 586 privadas.

Por su parte, el IMJ (2016), arroja que 5,287,961 jóvenes, se encuentran en el Estado de México, y que tienen la posibilidad de estudiar en una de estas escuelas.

Esto lleva a deducir que, aunque existe un número mayor de escuelas de nivel medio superior (públicas y privadas); en el nivel universitario hay solo 433 centros para los

5, 287,961 jóvenes; mientras que en la Ciudad de México existen 460 universidades para atender a casi la mitad de ellos (2,494 657).

Como puede verse, una cifra mayor de escuelas universitarias se concentran en la Ciudad de México, lo que promueve que los jóvenes del Estado de México y otras entidades cercanas busquen la capital para estudiar, esto por la oferta y la calidad en la enseñanza, pero también por los espacios culturales que brinda.

2.3.3 Los espacios culturales para los jóvenes en la Ciudad de México y el Estado de México

En el caso de la Ciudad de México, el gobierno ha abierto corredores culturales, circuitos urbanos, con un fin cultural-lucrativo, pero que, al fin y al cabo, sirven de puerta para la expresión de los jóvenes artistas y para disfrute de los visitantes.

Por ejemplo, los *trendsetters*⁴, Urteaga (2012a), se mueven en espacios como la Condesa, La Roma, San Rafael, Santa María la Rivera y otras aledañas. Este mismo grupo, consume lugares típicos: las cantinas, las plazas, los centros culturales, y demás lugares donde se pueda convivir con otros con los mismos intereses.

Los *millenials*⁵, suelen moverse en lugares de comida rápida y centros comerciales; Gutiérrez (2016), declara que no tienen lugares físicos únicos, pero sí muestran más habilidades para desplazarse digitalmente. Las escuelas están también a su alcance, tanto los *trendsetters* como los *millennials*, cuentan con una formación académica apropiada, en las mejores escuelas, sean públicas o privadas; tienen acceso a la tecnología, disponen de los recursos económicos, escolares y familiares; tienen conocimiento del inglés u otros idiomas; que les da la posibilidad de poseer mayor apertura, capacidad para emprender proyectos, habilidades en la interacción a distancia y en el manejo de las nueva tecnologías y demás.

El núcleo familiar juega un papel importante, Urteaga (2012b), pues son ellos quienes los acercan al arte, la historia, la investigación, las redes sociales, etc.; es decir, un grupo de clase media o media baja.

Estos grupos no sólo son creadores de productos físicos, también gozan de experiencias estéticas y subjetivas con mejores argumentos; en el caso de los *millennials*, representan un buen porcentaje para dar su opinión sobre los productos que ofrecen las empresas. El trabajo estable es una aspiración, sin embargo, el trabajo independiente, es bien recibido, así como los apoyos y becas de instituciones reconocidas. Los *trendsetters* optan por un estilo de vida artística, los *millennials*, pretenden un negocio propio intentan mantener un estilo de vida más relajado, con el apoyo de sus padres.

La situación económica y las largas distancias que tienen que recorrer los jóvenes del Estado de México para llegar a las zonas donde se concentran los espacios de cultura, pueden ser un impedimento para participar de ellos, y la pérdida de oportunidades para interactuar con otros jóvenes con mayor impulso profesional y de vida.

Decir que son *trendsetters* o *millennials* todos aquellos jóvenes que navegan en internet o usan un dispositivo móvil, o porque nacieron en años recientes, puede ser un error, pues como argumenta Cruces (2012), no sólo por el hecho de chatear, bajar música o películas, y mandar mensajes, se es *trendsetters*, el perfil va más allá y tiene que ver con propósitos profesionales, artísticos o de otro tipo. En el mismo sentido, en el libro de Antoni Gutiérrez, se deja ver que los verdaderos *millennials*, son aquellos que producen, como ejemplo, los *youtubers*, los *bookstuber*, y otros jóvenes que se convierten en líderes de opinión o establecedores de tendencias. Los *millennials*, o en su momento los *trendsetters* son personas preparadas, poseen competencias para desenvolverse eficazmente en el terreno laboral, académico, cultural.

2.3.4 Demografía en Ecatepec

Ecatepec se destaca por tener la mayor población del Estado de México 1,677 678 habitantes INEGI (2010). Así mismo, el segundo municipio más poblado de todo el país, después de la delegación Iztapalapa, de la Ciudad de México. Es también uno de los seis municipios conurbados más grandes en cuanto a extensión territorial (186.9 km²); posee la mayor extensión de superficie urbanizada, sea municipal o delegacional de toda la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM). El 72% de su territorio corresponde a zonas urbanas o urbanizables; el 9% son zonas en conflicto por límites y el 19%

son áreas no urbanizables. El municipio de Ecatepec de Morelos comparte con Tlanepantla, Coacalco, Tultitlán y la alcaldía Gustavo A. Madero de la Ciudad de México, el Parque Estatal Sierra de Guadalupe, con una superficie total de 5,306 hectáreas H. Ayuntamiento Constitucional de Ecatepec de Morelos (2011). La población de Ecatepec representa la importancia y prioridad que tiene esta entidad en materia de desarrollo urbano, muy por encima de otros Municipios, aun dentro del propio Estado de México.

Es necesario destacar que, debido a la sobrepoblación cuenta con importantes rezagos en dotación de servicios de agua potable, drenaje, alcantarillado y pavimentación, sobre todo en las colonias de más difícil acceso.

2.3.5 Vivienda

Cabe mencionar que se identifican un total de 54,011 viviendas cuyos ocupantes se encuentran en condiciones de hacinamiento (más de tres personas por dormitorio) Centro de Población y Vivienda (2010), lo que habla de su economía.

2.3.6 Marginación

Según la Gaceta del gobierno del Estado de México (2015), en el Estado mexiquen-

se hay 125 municipios y en el país existen 2 mil 440 Municipios y 16 alcaldías. El lugar que ocupa Ecatepec, a nivel estado es el 113, y a nivel nacional el 2352. Es decir, un 81.6% de la población es vulnerable a la pobreza, dificultando los índices de desarrollo humano, mejoramiento del nivel de vida y el riesgo latente a sufrir daños severos que afecten su economía y salud ante eventos que alteren la estabilidad cotidiana.

Los componentes que se estiman para colocar al municipio en esta posición están dados por el nivel de urbanización, la accesibilidad a servicios diversos y estar en la posibilidad de contar con mejores empleos, que permiten la adquisición de bienes materiales.

2.3.7 Pobreza

El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), sitúa a Ecatepec con el 40.8% en situación de pobreza, con pobreza extrema, el 6.0%, y con pobreza moderada el 34.8%.

2.3.8 Economía

La Población Económicamente Activa (PEA) está representada por mayores de 12 años que tienen empleo o que, no teniéndolo, están en búsqueda o a la espera de alguno. En el municipio hay 699 245,

personas en actividad, que en términos porcentuales equivale a un 42.22% del total de la población del Municipio, contra el 35.21% que se encuentra no activa.

Indicadores de participación económica	Total	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Población económicamente activa (PEA) ⁽¹⁾	699,245	456,236	243,009	65.25	34.75
Ocupada	661,748	428,496	233,252	64.75	35.25
Desocupada	37,497	27,740	9,757	73.98	26.02
Población no económicamente activa ⁽²⁾	583,037	160,679	422,358	27.56	72.44

Tabla 2. Participación Económica. Censo Económico 2009. INEGI.

⁽¹⁾ Personas de 12 años y más que trabajaron, tenían trabajo pero no trabajaron o buscaron trabajo durante la semana de referencia.

⁽²⁾ Personas de 12 años y más pensionadas o jubiladas, estudiantes dedicadas a los quehaceres, que tenían alguna limitación física o mental permanente que le impide trabajar.

Referente a los ingresos, un 37.29% de la población recibe entre uno y dos salarios mínimos (\$88.36 o \$176.72) por día, mismos que deben cubrir necesidades personales de alimento, vestido, esparcimiento, además de que este valor debe distribuirse por el número de miembros de la familia. Mientras que el 52.66% perciben más de 2 salarios.

Entidad	Población ocupada	Ingreso por trabajo ⁽¹⁾			
		Hasta 1 s.m. ⁽²⁾	Más de 1 a 2 s. m.	Más de 2 s. m.	No especificado
Municipios conurbados del Estado de México	4,463,945	13.37	24.23	55.09	7.31
Municipios conurbados del Estado de Hidalgo	546,099	19.08	26.61	48.12	6.19
Delegaciones de la Ciudad de México	3,914,834	8.80	19.62	59.18	12.40
Ecatepec de Morelos	678,179	11.14	26.15	52.66	10.08

Tabla 3. Ingresos por salario mínimo. Censo Económico 2010. INEGI.

⁽¹⁾ Representa el salario mínimo mensual.

⁽²⁾ Incluye la población ocupada que no recibe ingresos.

Comparando las diferentes entidades, el rango de más de dos salarios mínimos es el representativo, con un promedio de 53.76%, los rangos bajos de 1 a 2 y menos de un salario mínimo en suma alcanzan 18.68%. La entidad con mejores salarios es la Ciudad de México y Ecatepec ocupa el tercer lugar, después del Estado de Hidalgo.

2.3.9 Comercio

El 68% está conformado por los mercados públicos, que incluye pequeños comercios para el abastecimiento de productos alimenticios y artículos al menudeo. El 19% lo ocupan las tiendas LICONSA, el 14% las tiendas de auto servicio; los centros comerciales con un porcentaje del 8%, 4% para plazas comerciales, 1% para mercados y uno más para plazas de usos múltiples.

2.3.10 Cultura

El Municipio de Ecatepec de Morelos cuenta con 9 centros poblacionales tradicionales que de cierta forma conservan sus usos y costumbres, sin embargo se encuentran inmersos dentro del contorno urbano y no hay una imagen que distinga a cada pueblo del resto urbano, y que por fines administrativos se les sigue considerando como parte del patrimonio histórico.

Sumado a esto, el municipio tiene cinco casas de cultura, distribuidas en diferentes colonias. Cuenta con diez espacios para la práctica de la música y su aprendizaje. Así mismo, existen 10 inmuebles que forman parte del acervo histórico.

De los sitios arqueológicos identificados, 37 son considerados como tales, aunque dentro de este número están estimados aquellos donde sólo existe la posibilidad de encontrar restos, pues no tienen presencia material.

Como en la mayoría de los lugares en México, los eventos conmemorativos por tradición y costumbre también forman parte de este municipio.

La cultura del municipio se ve ampliada por otro tipo de manifestaciones, como tardeadas y tocadas, en bodegas, salones de fiesta, explanadas, o en las calles, con los sonideros u otro tipo de grupos artísticos.

El municipio reporta que cuenta con 26 unidades que promueven actividades culturales. Entre ellas, 10 bibliotecas, 8 centros sociales, 3 auditorios, para eventos de carácter cívico, político, cultural, social, etc.



2.3.11 Vialidad

El municipio cuenta con accesos importantes, no obstante, gran parte de las vías, no tienen la capacidad para absorber el flujo vehicular proveniente de otros accesos, por la reducción de carriles u otros problemas de infraestructura. En cuanto al tránsito local, hay varias avenidas que no tienen continuidad, lo que dificulta más el tránsito.

Dar cifras del tiempo que se lleva hacer un trayecto resulta laborioso, ya que el tiempo varía dependiendo del recorrido que se haga; pero es importante señalar que, la falta de ordenamiento, organización, articulación, continuidad e integración, dificultan la vialidad, no sólo dentro del municipio, sino en conexión con otras entidades.

2.3.12 Seguridad

Dentro de los servicios urbanos se encuentran las comandancias de policía, que ocupan el 18%. Estas cumplen funciones administrativas de organización, control y coordinación de las actividades de vigilancia, que realiza el cuerpo de policía del H. Ayuntamiento de Ecatepec de Morelos. El resto de servicios, está distribuido entre las estaciones de servicio (gasolineras, tiendas, automotriz, talleres, etc.) con un 61%, los cementerios con el 17%, un 4% se des-

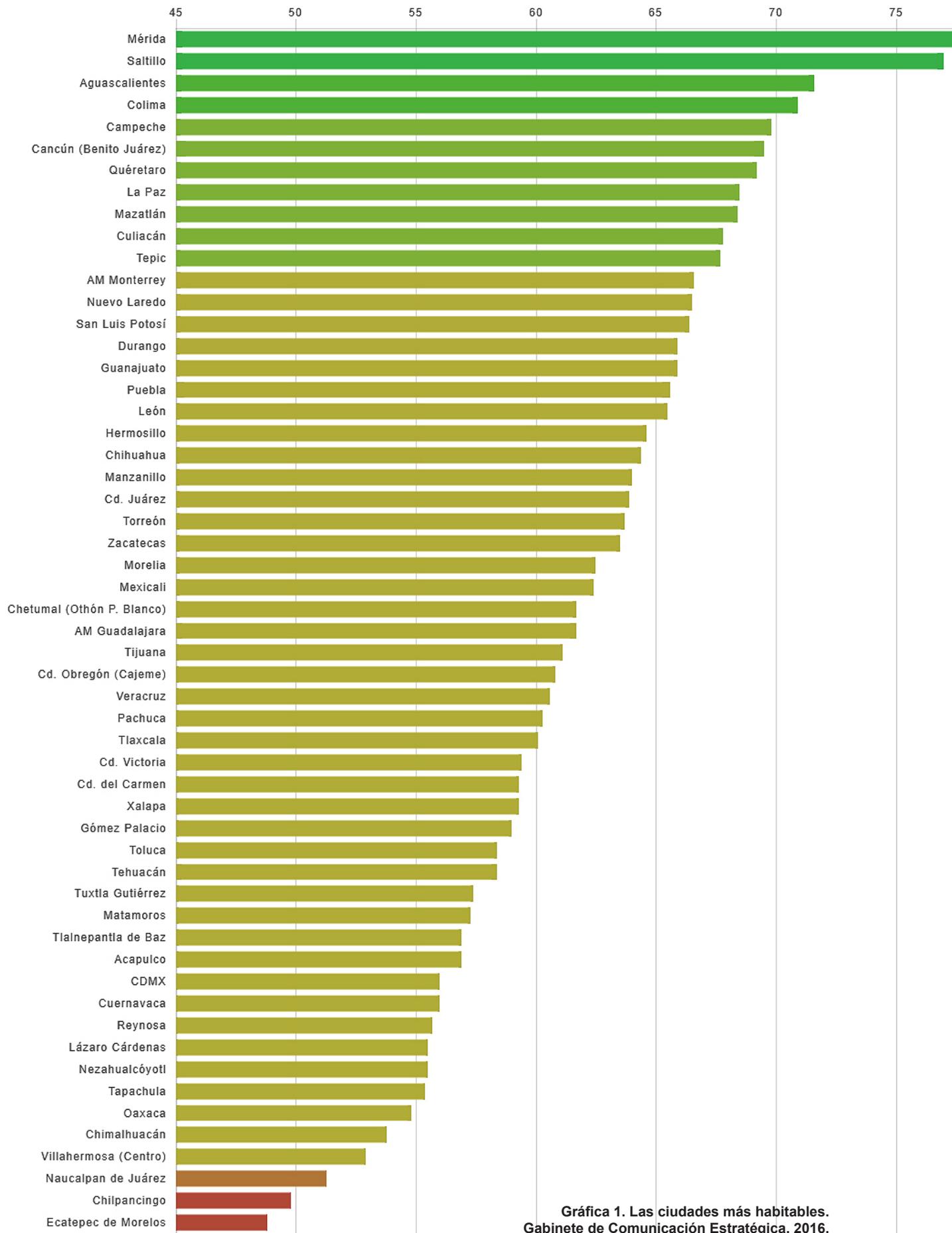
tina a la central de bomberos y el 1% para relleno sanitario.

2.3.13 Educación

De acuerdo con el Instituto Nacional de Infraestructura Física Educativa (INIFED), el municipio tiene 90 planteles a nivel medio superior. El nivel bachillerato lo integran 81, de los cuales 55 son privados y 26 públicos. El nivel técnico superior está constituido por 3 unidades privadas y 6 públicos. Respecto a las universidades, la SEP registra de 2009 a 2010, 13 instituciones que dan servicio a nivel regional; de estas cinco son públicas y 8 particulares. Pero la falta de equipamiento y opciones obliga a emigrar al 9.4% de los jóvenes entre 15 y 19 años.

Reflexiones

Ecatepec es el peor lugar para vivir, por presentar evaluaciones bajas en cuanto a movilidad, calidad en el medio ambiente, oferta de vivienda, centros de diversión, escuelas, Museos, espacios históricos y naturaleza, según el Índice de Calidad de Vida (Gabinete de Comunicación Estratégica 2016), con un estudio que incluye 60 municipios y 16 delegaciones de la Ciudad de México.



Gráfica 1. Las ciudades más habitables. Gabinete de Comunicación Estratégica. 2016.

Los datos presentados por instituciones como el INEGI, CONEVAL o el INIFED, son de gran valía para este trabajo; no obstante es indispensable conocer la percepción que tienen los habitantes del municipio de Ecatepec sobre la calidad de vida en diferentes aspectos como: precios razonables en vivienda, cobertura de escuelas públicas y privadas, movilidad en la ciudad, limpieza atmosférica, centros de esparcimiento y diversión, buen ambiente de convivencia ciudadana y de recepción a recién llegados a la ciudad, suficiencia de museos, espacios histórico relevantes y atractivos, bellezas naturales.

Tomando en cuenta la información presentada por el Índice de Calidad de Vida (INCAV) (2015), basados en 300,400 entrevistas y cubriendo 52 ciudades (municipios) y 3 conglomerados (Distrito Federal, ZM Guadalajara y ZM de Monterrey) conjuntamente. Las ciudades contempladas se han dividido en 7 grupos.

La percepción que tiene Ecatepec sobre los aspectos ya mencionados lo ubican en el grupo seis, o en el número 52 de arriba hacia abajo. Si se encuadra en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCD-MX) –integrada por las 16 delegaciones del Distrito Federal y los cinco municipios

más poblados del área conurbada con el Estado de México; Ecatepec y Xochimilco están en los últimos lugares en su percepción de calidad de vida e, incluso más bajo que al año pasado; lo que deja ver que la situación no es muy alentadora.

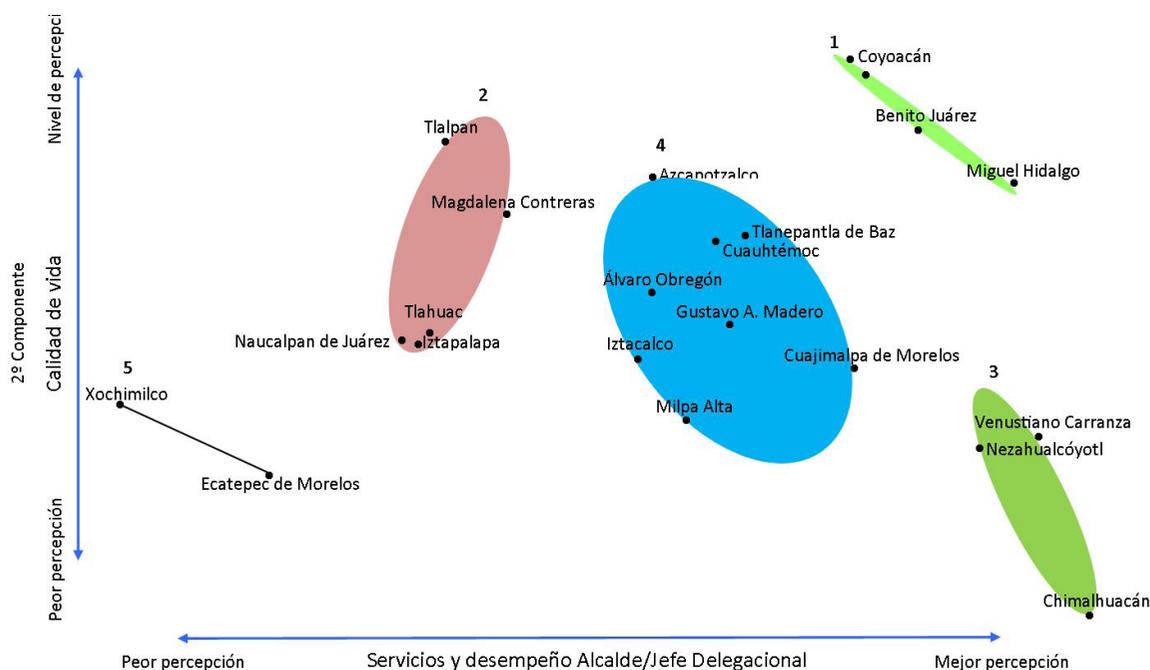
En la satisfacción de los servicios municipales entran otra serie de variables como: recolección de basura, mantenimiento de parques, alumbrado público, mantenimiento de vialidades, fugas de gas, pavimento, desazolve, control de ambulante. Mientras en otro grupo se cuentan los eventos culturales y deportivos, campañas de fomento a la actividad física y el deporte; mejoramiento e centros de salud y fomento al turismo. En un tercer grupo se consideran aspectos como: introducción de servicios de Internet, redes *wifi*, portal de Internet de la delegación para información y trámites de licencias de construcciones y facilidad para hacer trámites de apertura de negocios. Ecatepec se encuentra en el lugar 51 del total de ciudades consideradas para el estudio, en tanto a nivel delegacional, se encuentra en el lugar 19 de las 21 estimadas.

La confianza sobre el desempeño de los alcaldes, se desarrolla en tres dimensiones, calificación al Presidente Municipal o Jefe



Delegacional, si tiene riendas sobre la zona y si va por buen camino; tomando en cuenta 53 municipios y tres conglomerados, Monterrey con 4 municipios, Guadalajara con 3 y la Ciudad de México con 16 delegaciones. Nuevamente Ecatepec se encuentra en el lugar 51 de las 55 ciudades evaluadas. A nivel delegacional ocupa el penúltimo lugar, antes de Xochimilco, que se ubica en el último lugar.

En síntesis, tanto Xochimilco como Ecatepec, perciben malos gobernantes y pésimos servicios, aunado a que sienten que su calidad de vida es negativa.



Gráfica 2. Calidad de Vida. Índice de Calidad de Vida (INCAV), 2015.

Se agrega a esto, la información que proporciona Padgett (31 Marzo 2015), sobre la inseguridad percibida por los habitantes. A pesar de la reducción observada en 2014, es importante destacar que durante ese año la tasa agregada de delitos –homicidio doloso, secuestro y extorsión– del Estado de México es mayor que lo registrado en el ámbito nacional por primera vez desde 2007.

COMPARATIVO DE TASAS POR CADA 100 MIL HABITANTES DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO DE MÉXICO

Demarcación	Extorsión		Secuestro		Homicidio culposo		Homicidio doloso		Robo de vehículos		Robo total con violencia	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Ecatepec	10.77	5.74	1.56	1.20	12.50	14.11	18.06	20.02	661.99	546.16	613.77	550.40
Naucalpan	19.70	7.44	0.23	0.90	17.42	14.99	13.78	13.86	397.56	343.34	759.03	575.12
Nezahualcóyotl	15.58	7.64	0.78	0.52	10.56	8.93	14.63	12.45	578.09	320.69	578.09	320.69
Tlanepantla de Baz	20.71	10.35	0.43	1.29	13.47	15.39	17.09	18.69	591.09	531.06	643.23	548.75
Toluca	15.79	9.88	2.26	1.33	27.30	19.65	11.28	5.22	408.38	294.75	381.98	210.93
Estado de México	10.19	6.08	1.17	1.06	12.22	12.19	11.81	12.00	353.54	295.40	362.74	277.88
Nacional	6.92	4.82	1.43	1.17	14.00	14.18	15.48	13.08	159.46	137.27	232.59	153.20

Tabla 4. Análisis desagregado de la tasa por cada 100 mil habitantes de homicidios (dolosos y culposos), secuestros y extorsiones (1997-2014).

- Ecatepec, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Tlalnepantla y Toluca –único de la serie no conurbado a la capital mexicana– acumularon el 41 por ciento de las extorsiones cometidas en el Estado de México. Esta proporción da cuenta del alto grado de concentración delictivo en los municipios anteriormente mencionados.
- Ecatepec, Tlalnepantla y Toluca presentaron niveles de secuestro mayores a los reportados en el ámbito estatal y nacional durante 2014.
- Ecatepec, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Tlalnepantla de Baz y Toluca acumularon el 31.81 de los secuestros cometidos en el Estado de México.
- Durante 2014 se observa que Ecatepec, Naucalpan y Tlalnepantla de Baz presentaron tasas de homicidios dolosos por cada 100 mil habitantes que fueron 53, 6 y 43 por ciento mayores que la tasa nacional, respectivamente.
- Ecatepec, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Tlalnepantla y Toluca acumularon el 40 por ciento de los homicidios dolosos reportados oficialmente en el Estado de México durante 2014.
- Los cinco municipios más poblados del Estado de México presentaron tasas por cada 100 mil habitantes de robos de vehículos y robos totales con violencia superiores a las registradas en el ámbito nacional. Esto da cuenta que a pesar de las disminuciones observadas, este ilícito se mantiene como un problema de seguridad pública “bastante” generalizado en la entidad.
- Ecatepec y Tlalnepantla de Baz presentaron las mayores tasas de robo de vehículo durante 2014 que sobrepasaron en 298 y 287% a la tasa nacional. Por otra parte, se observa que lo registrado en Naucalpan y Nezahualcóyotl fue 2.5 y 2.34 veces superior a lo reportado en el ámbito nacional.

Desafortunadamente las fortalezas con las que cuenta el municipio de Ecatepec, no alcanzan para darle una buena imagen. A pesar de ser considerada una ciudad, también se encuentra entre los municipios con más alto grado de inseguridad, robo a casa habitación y vehículo, violencia y homicidio, entre otros; junto con la percepción que tiene la misma ciudadanía sobre las variables presentadas líneas arriba, en cuanto a calidad de vida, satisfacción de los servicios municipales y el desempeño de sus gobernantes.



Imagen 1. Espectacular en el Municipio de Ecatepec. Nicanor, 2016.

El mensaje de la imagen 1 resulta contradictorio, en vez de reafirmar las cualidades del municipio de Ecatepec, realza más la situación grave en la que se encuentra, puesto que la declaración está de más; en otras palabras, cuando de verdad se cuentan con los atributos de un buen lugar para vivir no es necesario recalcarlo de esta manera, ni por estos medios.

2.4 Marco referencial. Prototipos de investigaciones sobre el uso del teléfono móvil y las implicaciones en los jóvenes.

En 2015 la Universidad de Baylor en Estados Unidos, dirigido por el doctor James A. Roberts, realizó un estudio a 346 estudiantes universitarios, con el fin de evaluar la personalidad y la adicción al móvil. Los resultados mostraron una inestabilidad emocional en los usuarios. La continua revisión y envío de mensajes actúan como estabilizadores temporales ante las preocupaciones o desmotivaciones del día.

El estudio también revela la personalidad materialista, la impulsividad y la falta de concentración por estar pensando en el teléfono móvil. Los estudios pueden ayudar a entender la relación entre el uso del móvil y la personalidad, así mismo la experiencia interior de las personas.

La Universidad Abat Oliba CEU (2014), en Barcelona, España, realizó una encuesta a 247 jóvenes de entre 18 a 24 años, con el propósito de detectar el estrés o ansiedad y como afecta en el proceso de aprendizaje. Del grupo encuestado casi el 100% utilizaba la aplicación *Whatsapp* o *BlackBerry Messenger*. Para el 47% resultaba más rápido y efectivo mandar mensajes, que hablar; además de considerarlo gratuito.

El estudio demuestra una estrecha relación entre tecnología, comunicación y aprendizaje. Así mismo, ventajas como la inmediatez y la gratuidad. Pero por otro lado, se manifiesta una dependencia al teléfono móvil y la aplicación *Whatsapp*, que genera estrés y ansiedad, lo cual repercute en las relaciones interpersonales y en la productividad académica de los estudiantes.

En Chile, Araya y Pedreros (2013) realizaron un estudio para entender los patrones de comportamiento de los jóvenes y de las

jóvenes (15-20 años) de bajos recursos, con un total de muestra de 42 personas; el significado que le atribuyen a la compra, uso y tenencia de un teléfono móvil, dentro del contexto en que establecen sus relaciones sociales.

Los estudios concluyeron que el uso del móvil va más allá de un aspecto de utilidad, ya que es visto como generador de estatus y de identidad. De acuerdo con la teoría de Maslow, en los últimos niveles (sociales, estima y autorrealización), los seres humanos se motivan por necesidades insatisfechas, lo cual explica el comportamiento de muchos jóvenes de menores recursos, quienes muestran metas aspiracionales al comprar un móvil o ropa de más alto precio, además de necesidades de seguridad (de sí mismos, con sus pares y en su entorno), de ego y autorrealización. Esto refleja un problema social y la posibilidad de estudiar el móvil como un elemento simbólico.

Pedrero y Ruiz (2012) publicaron un trabajo que consistió en revisión bibliográfica, de los cuales se obtuvieron 86 artículos, sobre el estado de conocimiento científico de la adicción y abuso del móvil, para conocer sobre el problema en términos de incidencia y consecuencias relacionadas con dicho uso, así como la determinación

de los posibles factores de riesgo, tales como variables psicológicas asociadas y la existencia de diferencias de género.

Los estudios realizados están basados en criterios de cada autor e instrumentos distintos, en ocasiones inadecuados, las propiedades psicométricas se desconocen, lo que se traduce en resultados variables e inconsistentes.

Las investigaciones más sólidas exploran la relación entre patrones de uso del móvil y variables psicológicas y psicopatológicas; sin embargo, la multiplicidad de marcos teóricos y variables utilizadas, así como la inexistencia de estudios de replicación, tampoco permiten extraer conclusiones sólidas.

Yarto (2012), mediante un estudio basado en 320 encuestas, dividido en 12 grupos de discusión entre hombres y mujeres jóvenes (de 18 a 25 años) y adultos (de 35 a 55), clasificados en clase alta y baja; concluye que el teléfono móvil sirve como apoyo para propiciar contacto con el Otro y, al mismo

tiempo, desarrollar la identidad y la seguridad ontológica del individuo.

El teléfono móvil juega un doble papel, en tanto permite independencia, en relación con el grupo familiar; pero también genera dependencia, inseguridad y angustia, con el mismo aparato, pues a través de este se obtiene la opinión de los Otros para su estabilidad emocional.

Otro estudio realizado en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) por Almanza y Rodríguez (2011), sobre el uso, consumo y apropiación del teléfono móvil en un contexto urbano (distrito federal), con un tamaño de muestra de 384 usuarios y un rango de muestreo de personas de 15 a 29 años. Refleja el uso de la tecnología como un fenómeno cultural y comunicacional que existe en nuestros días. Manifiesta la importancia de ampliar la investigación para hacer comparativos entre regiones o grupos socioculturales distintos, explorar otras variables y su relación con un número de indicadores más amplio para la construcción de índices que midan el acceso, consumo y apropiación del móvil.



Reflexiones

Una vez revisados los estudios seleccionados que conforman el marco referencial, se destaca que la mayoría de ellos utilizaron encuestas o entrevistas aplicadas directamente en las escuelas o mediante el envío a los correos electrónicos de los sujetos de estudio. Tres de ellos se enfocaron en jóvenes a partir de los 18 y hasta los 25 años, generalmente estudiantes universitarios. Dos más incluyeron adolescentes desde los 11 años en adelante. El último estableció un límite entre 15 y 20 años y llama la atención el hecho de que usara entrevistas a profundidad directamente a los estudiantes de bajos recursos, para poder entender, desde una metodología cualitativa, las actitudes, sentimientos y percepciones de los jóvenes con el teléfono móvil.

El trabajo de Pedrero y Ruíz, se encargó de una revisión bibliográfica de estudios sobre el teléfono móvil como adicción. Según los autores, los resultados sobre la dependencia al *Smartphone* son inciertos; pero cabe destacar que los trabajos recopilados tienen un enfoque desde la salud y la psicología, de manera que si los sujetos de estudio presentaban ciertos síntomas estaban en riesgo de adicción o viceversa, lo cual, desde la perspectiva del que redacta, impide una visión más amplia y válida.

Son de gran utilidad para esta investigación, los trabajos que vinculan el uso del teléfono móvil con la identidad, el estrés, la ansiedad, la angustia; pero también con el acceso a la tecnología, la cultura, la economía y lo social. No obstante, se sugiere extender los estudios a otros estratos sociales y educativos. Es evidente la producción desde la lingüística, pero son escasos los tratados desde el diseño de la comunicación, por lo que se anima a los especialistas en esta área, sobre todo en cuanto al contenido, los mensajes audiovisuales que circulan en el ciberespacio. Por último no olvidar la relación con el entorno, y las consecuencias que esto conlleva.

2.4.1 Qué es *Whatsapp*?

Es una aplicación de mensajería instantánea que permite enviar y recibir mensajes a través de internet. Dicha aplicación permite hacer llamadas, enviar texto, imágenes y video.

La misma aplicación cuenta con otras funciones como adjuntar archivos o documentos,

fotografías tomadas al instante con la cámara, de la galería de fotos, grabaciones de audio, ubicación del usuario, e incluso la dirección de otro contacto. Entre otras posibilidades se encuentra la sincronización de los mensajes del móvil y la computadora personal. Se puede bloquear a un alguien no deseado, vaciar el *chat* o enviarlo por correo, borrar un mensaje después de siete minutos de haberlo enviado, así como crear un acceso directo en la pantalla del teléfono.

2.4.2 Como se accede a *Whatsapp*?

La aplicación puede descargarse de manera gratuita desde un *Smartphone* y el servicio puede activarse desde una cuenta *wifi*, o bien a través de datos móviles.

Según datos de The Competitive Intelligence Unit (2013a), en México, 88% de los usuarios utilizan la aplicación *whatsapp*. Hasta 2014, alrededor del 93% de los usuarios lo hacían a través de *wifi*, aun cuando contaban con un plan de datos móviles.

La instalación de 65,000 hotspot⁶ en espacios públicos administrados por el gobierno ha posibilitado que muchos usuarios puedan acceder a la red abierta en los parques, jardines, cafeterías, centros comerciales o educativos, u otras áreas similares.

En otro informe The Competitive Intelligence Unit (2013b), señala que el 38% de los jóvenes se conecta a internet en su teléfono móvil a través de prepago, mientras que a medida que aumenta la edad, lo hace con un plan pospago. Los datos también reflejan la economía del usuario, ya que de las 102.2 millones de líneas en México, sólo 2.4 millones lo hacen mediante planes mixtos, en tanto los de prepago conforma el 84.5 millones de líneas.

2.4.3 ¿Con qué sistemas operativos funciona *Whatsapp*?

La aplicación funciona con *Android* con un sistema operativo 2.3.3 o superior, *Windows Phone 8* o superior, o un *iPhone* con *iOS 7* o superior.

Reflexiones

El uso de la aplicación *whatsapp* está muy ligado al hecho de poseer un *Smartphone* (teléfono inteligente) o una tableta, pues eso posibilita estar conectado fuera de casa o del lugar de trabajo.

Por otro lado, es conveniente aclarar, que no en todos los Estados del país se cuenta con estos *hotspot* y Municipios como Ecatepec, es uno de ellos. Sin embargo, eso no ha impedido que los jóvenes puedan conectarse a la red, ya que muchos telé-



fonos móviles son adquiridos de segunda mano, mediante el regalo de un familiar, un amigo o adquirido en algún mercado de productos usados. Por supuesto, los teléfonos adquiridos, a diferencia de los de gama alta, tienen capacidades más reducidas de procesamiento de datos, resolución y tamaño de pantalla; sin embargo permiten la conexión a internet.

2.4.4 Importancia de la interfaz en la producción de mensajes visuales

La relación entre los signos que se visualizan en la pantalla de los dispositivos móviles requiere un orden, y para ello una base de la cual partir, en este caso la retícula o estructura que sirve para sostener los diferentes elementos visuales que conforman la interfaz. Para darse idea de la forma en que se distribuye la información se describen los elementos desde la pantalla de inicio, pasando por la lista de contactos, y finalmente la ventana de conversación, donde se identifican los elementos que posibilitan la inserción de interdiscursos.

2.4.4.1 La interfaz de los dispositivos móviles

La interfaz⁷ se encarga de configurar el conjunto de ventanas que se despliegan en pantalla simultáneamente; la representación de información mediante ico-

nos; selección de acciones vía menú; sistema de ayuda en línea; soporte de diálogos mediante diálogos y botones; y el uso de apuntadores para el manejo de los objetos de manera directa; éste último tiene que ver con el uso de las pantallas *touch* (táctiles), que permiten tocar, arrastrar, deslizar, mantener pulsado, doble toque, juntar/separar, girar. La interfaz es la que le da vida a la apariencia de la pantalla.

Existe de antemano una estructura externa que tiene que ver con los botones de encendido, de cables de conexión, de los auriculares, de la posición de la cámara, y del volumen de sonido, incluso el tamaño, para facilitar la manipulación del usuario. La configuración externa se integra a la estructura interna para orientar al usuario con ayuda de pestañas, botones, deslizadores e interruptores y paneles.

De acuerdo con estudios de Acosta y Zambrano (2015a), el *Responsive Web Design* (RWD), se enfoca en realizar un solo diseño para una visualización adecuada en todas las pantallas, refiriéndose a un teléfono inteligente, una tableta o un ordenador.

Las mismas autoras presentan una lista de principios que tiene que ver con la presentación de la información en pantalla:

- La simplicidad, mostrando al usuario pocos elementos para su fácil manejo.
- La consistencia, reflejada en el comportamiento similar de las aplicaciones.
- La navegación intuitiva, para navegar de pantalla en pantalla y de sitio en sitio, sin perder la fluidez del recorrido.
- Incidencia en la orientación, reparando en la forma en que el usuario toma el aparato, vertical para los teléfonos móviles, y horizontal para las tabletas, lo cual permite una mejor visualización de la información. Pero también, el cambio de formato a apaisado, conlleva modificar la disposición de los elementos al nuevo espacio.
- La interacción y ergonomía, basado en el tamaño de la mano, pero también en el alcance que tiene el pulgar para maniobrar los iconos usados con más frecuencia, en tanto los de editar y eliminar, a una mayor distancia. La disposición de las pestañas y botones dependen del sistema operativo que se utilice.

Con los dispositivos móviles el usuario se mueve constantemente, pues utiliza su teléfono mientras camina o va en el transporte, con movimientos inesperados, lo que exige que los elementos tanto externos, como de la pantalla, sean fáciles de operar.

Retomando a Acosta y Zambrano (2015b), basadas en los atributos de usabilidad propuestos por Jakob Nielsen, consideran que la facilidad de aprendizaje, de memorización, la eficiencia en el uso, tolerancia a errores, y el grado de satisfacción del usuario son de gran relevancia en el diseño de la interfaz.

El aspecto visual del teléfono influye también en la presentación, tanto del aparato como en los elementos en la pantalla y, de manera interna, en las diferentes aplicaciones.

2.4.4.2 Retícula de la interfaz

Es conocida también como grilla, y sirve como apoyo para la organización de todos los elementos visuales. Entre sus funciones está la de separar cada uno de los componentes de la interfaz en un espacio ordenado, organizando los sitios que quedarán en blanco y aquellos que contendrán formas. En el diseño final, la retícula

no se ve físicamente, pero se nota en un buen diseño, orden y simplicidad para el mejor uso de cualquier aplicación.

Existen retículas para cada sistema operativo (*Android, Iphone, Whindows Phone*), con medidas muy específicas, para los márgenes, tamaño de los iconos para que el usuario pueda tocarlos sin problemas, el tamaño de la tipografía para una buena lectura; y el espacio interior y exterior de los contenedores. Dichas retículas (Imagen 2), están conformadas por otras más pequeñas, que permiten un diseño más variado.

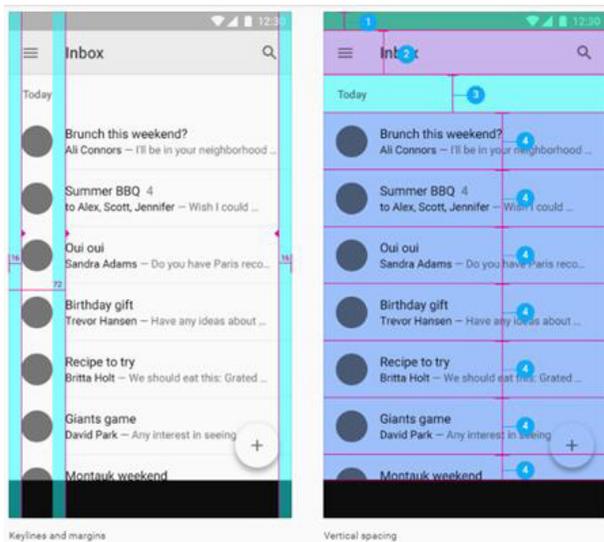


Imagen 2. Retícula de una lista de contactos en una aplicación de chat.

La estructura más común es la que se presenta en forma de lista, como se ve también en la imagen 2. Ésta permite presentar la información de manera descendente e ir deslizándola conforme

aumenta la lista. Por supuesto, hay diferentes tipos de listas, dependiendo del sistema operativo.

En cuanto a la pantalla de presentación, en *Android*, los iconos o ítems de acción más utilizados se muestran en primer orden, una cinta de *google* en la parte superior, más arriba las opciones de configuración de red y batería. En la parte inferior tres figuras complementan el resto de la composición, el signo de retroceso, otro para ocultar las ventanas abiertas, y el último para desplegarlas nuevamente; en el caso del *Iphone* y *Windows phone* se ubican también en la parte inferior.

Las funciones extra que no caben en la pantalla, son desveladas tocando un icono y, automáticamente se muestra el resto para que el usuario haga uso de ellas, si así lo requiere.

Otros elementos como los cuadros de diálogo, muestran información al usuario, con la opción de cerrar o aceptar. En el caso de las notificaciones, sirven para avisar del avance o funcionamiento de una aplicación.

Se podría continuar con las diferentes pantallas que ofrecen los dispositivos móviles para mostrar la información, ya que

cada una de ellas cuenta con su propia retícula; sin embargo lo que se pretende aclarar es que hay una estructura establecida con anticipación, pensada para la navegación del usuario.

2.4.4.3 La estructura sintáctica de *Whatsapp*

Así como la información general que ofrecen las pantallas de bienvenida y otras ventanas de navegación de los dispositivos móviles, la aplicación *whatsapp* cuenta también con su propia retícula que le otorga orden a la información.

Reiterando, la sintáctica es la relación entre el signo y otros signos; tales relaciones son parte de la experiencia común, como lo manifiesta Arnheim (1997a), los signos no actúan solos, se observa algo en relación con el todo. Pero antes de detenerse con más tiempo en estas conexiones, en las siguientes líneas se hablará de los elementos visuales que integran la aplicación *whatsapp*.

De primera instancia, el ícono de lanzamiento⁸, de la aplicación se puede encontrar en la pantalla inicial del teléfono, junto a otras aplicaciones que tienen mayor o menor prioridad, el ícono puede variar en cada sistema como se observa en las figuras de la Imagen 3.



Imagen 3. Pantalla inicial en el sistema *Android*, *iOS* y *Windows Phone*.

En el caso de los *ítems* de *Android*, poseen sombra tenue, que les otorga cierto volumen y una perspectiva muy ligera que los separa e integra al fondo de la pantalla. Los pertenecientes a *iOS*, se caracterizan por estar circunscritos en un cuadro redondeado; tanto en *Android* como en *iOS* van acompañados del nombre de la aplicación en la parte inferior. Para el caso de *Windows Phone*, los iconos son muy sencillos, el color blanco predomina en ellos, son planos y encerrados en cuadros con terminaciones rec-

tas; los fondos también son más austeros. La red de composición es más evidente en esta última por la distancia mínima de separación entre cada ítem.

En los tres casos, la parte que no varía, es la referente al status de la conexión a internet, la hora y la carga de batería. Los demás elementos se distribuyen en el resto del espacio, dependiendo del sistema.

En cuanto a los iconos de *whatsapp*, estos también varían como se puede observar en la Imagen 4.



Imagen 4. Ítems de *Whatsapp* en *Android*, *iOS* y *Windows Phone*.



Imagen 5. Lista de contactos en el sistema *Android*, *iOS* y *Windows Phone*, respectivamente.

Android y *Windows Phone*, no presentan diferencias, un teléfono simplificado encerrado en un círculo verde claro con contorno blanco, con un pico hacia del lado inferior izquierdo; la forma simula un globo de diálogo. El icono de *iOS*, es similar, pero mantiene el recuadro redondeado que caracteriza al conjunto de ítems de este sistema; en cuanto al color es verde, pero más brillante que en los otros sistemas.

Una vez abierta la aplicación, en cualquiera de los casos, se abre una lista de contactos, que mantiene la información de modo

vertical, como se muestra en la Imagen. 5.

En *Android*, las opciones con funciones extras se posicionan en la parte superior, como búsqueda y otros ajustes. Los iconos de los contactos se enlistan en la parte izquierda, separados por una línea suave, con el correspondiente nombre y una parte de la última conversación que se realizó; con la fecha y un pequeño círculo verde con el número de mensajes que no han sido leídos.

Por su parte *iOS* muestra un diseño parecido. En la parte superior anuncia también que se trata de una *chat*, otras opciones, como la edición. La imagen de los contactos aparece en un recuadro, aunque no siempre es así, en otras versiones del mismo sistema se pueden ver en círculos. El aviso de la entrada de mensajes es similar al de *Android*, pero con un color diferente; así mismo, los detalles como un fragmento de la última conversación y la fecha se asemejan.

La diagramación de *Windows Phone*, no es muy diferente de los anteriores, pero los iconos de los contactos son cuadrados y con un fondo plano. El diseño como se dijo en líneas anteriores, corresponde a cada sistema y compañía que lo acredita; no obstante, desde un punto de vista personal, la apariencia de *Windows Phone* parece más rígida y simple, debido a la falta de detalles que suavicen la interacción entre los elementos.



Imagen 6. Ventana de conversación en los sistemas *Android*, *iOS* y *Windows Phone*, respectivamente.

Una vez decidido que se ha de entablar una conversación con alguien de la lista de contactos, se abre una nueva ventana donde se inicia la conversación, como se observa en la Imagen 6.

En las líneas correspondientes a esta parte, se intentará ser más minucioso en los detalles, puesto que es el espacio donde se lleva a cabo el intercambio de mensajes.

En el caso del sistema *Android*, se mantiene fija una pestaña delgada que contiene los iconos en blanco de la configuración a la red de internet, el estado de conexión, la carga de batería y la hora. La pestaña es desplegable y una vez que se desliza el dedo sobre ella, hacia abajo, se visualizan los iconos correspondientes. El ancho es muy

delgado, pero permite ver claramente los iconos, por el contraste que se maneja, ya que se colocan sobre un fondo verde más oscuro que la franja que le sigue.

El nombre del usuario aparece en la parte superior, un círculo encierra su imagen, la cual puede variar, pudiendo ser una fotografía de él o ella, un gráfico, un símbolo, o aparecer vacío; aunque sólo es un decir, pues la aplicación la llena con un círculo blanco más pequeño y otro más grande, que representan la silueta de la persona. Una flecha delgada del lado derecho indica el retorno a la lista de contactos. La flecha es muy ligera y está a unos milímetros del marco de la pantalla, lo cual dificulta un poco su uso, pero sirve para dirigir al usuario a otra situación.

El nombre o nickname de la persona va acompañado con letras más pequeñas que indican cuando la persona está en línea, o en su caso, la última vez que lo estuvo. A la misma altura se observa el icono de un teléfono, un clip, y tres puntos, o círculos pequeños, dependiendo de cómo el lector los perciba, cada uno habilitado para insertar nuevos discursos; todos estos elementos en color blanco, sobre una cinta verde oscuro, de un centímetro de ancho, que proporciona contraste. Existen medidas especiales para la interfaz de los dispositivos móviles, pero no es la intención de este trabajo, saturar con términos desconocidos para el lector; pues como bien dice Arheim:

La naturaleza de una experiencia visual no puede describirse en términos de pulgadas de tamaño y distancia, grados de ángulo o longitudes de onda de tonalidad. Estas medidas estáticas definen sólo el “estímulo”, es decir, el mensaje enviado al ojo por el mundo físico. Pero la vida de un percepto -su expresión y significado- deriva enteramente de la actividad de las fuerzas perceptivas. Cualquier línea dibujada en una hoja de papel, la forma más simple modelada a partir de un pedazo de arcilla, es como una roca arrojada a un estanque. Molesta el reposo, moviliza el espacio. Ver es la Acción de la Percepción (Arnheim, 1997:16b).

La parte central y con más espacio está destinada a los mensajes recibidos y los producidos por el usuario. En esta zona, la fuerza de gravedad juega un papel muy importante; ya que visualmente, un objeto de cierto tamaño, forma y color tiene más peso cuando se coloca en la parte de arriba. Se lee de izquierda a derecha, de modo que los mensajes que arriban se colocan del lado izquierdo, van enmarcados con un globo de diálogo redondeado y en color blanco; del lado derecho y abajo, aparecen los mensajes creados, enmarcados en un globo de diálogo color amarillo limón; su colocación no le resta importancia, pues cuando el Otro responde, el elemento sube, situándose en una zona donde adquiere mayor importancia visual, lo que establece el equilibrio con el mensaje de su interlocutor del lado izquierdo.

En el cuadro de respuesta del lado derecho, nuevamente se visualizan dos líneas azules, que tienen su propio significado (el mensaje fue visto), aunque son pequeñas, su color contrasta muy bien con el fondo del globo de diálogo.

Cuando aún no se ha dado respuesta al remitente, la ventana se presenta más alargada, ocupando la mayor parte del formato del teléfono. Si la intención es escribir un mensaje, se despliega, esta vez hacia arriba un teclado virtual. Los mensajes son desplazados en la misma dirección.

La sección para escribir está indicada por un texto, con fondo de agua, que dice: Escribir mensaje, enmarcado también en un globo de diálogo fijo. En el mismo recuadro, de lado izquierdo aparece un emoticono que conduce a un banco de datos del mismo tipo, eso se intuye porque el individuo puede reconocer formas universales con líneas básicas, haciendo uso de su imaginación, o acude a su memoria para reconocerlas; del lado derecho el icono de una cámara alude a su función. Con un círculo del mismo ancho que el globo de diálogo, pero en color verde oscuro, se ve el icono de un micrófono, que sirve para grabar mensajes de voz y con la posibilidad de ser enviados en el momento.

El fondo de la zona de mensajes, es de un color beige que contiene diminutos dibujos a línea: cohetes, caras, tazas, botellas, monitos, letras, caras, bebidas, números, es-

trellas y una serie de gráficos; las líneas tenues y los diminutos dibujos lo convierten en una textura que muchas veces parece desapercibida.

En lo que respecta al teclado, que se ubica debajo de la escritura de mensajes, ocupa la mitad de la zona. Del lado superior izquierdo de esta función aparece el icono de búsqueda en internet, le siguen tres opciones de palabras, que aparecen al escribir, listas para ser seleccionadas por el usuario. En la misma línea vuelve a aparecer un micrófono, el cual sirve para escribir por medio del sonido de voz.

El teclado está compuesto de todas las letras del abecedario, pero distribuidas de acuerdo a la tradicionales máquinas de escribir. La primera línea de letras, va acompañada en la parte superior de los números del 1 al 9, y el 0. Como en todo teclado, hay una tecla como una flecha que descubre las mismas letras en minúsculas; debajo de esta tecla se visualiza otra con un signo de interrogación y los números del 1 al 3, que al oprimirla, aparecen el resto de ellos, y otros signos propios de la gramática. A la misma altura, del lado derecho aparece una tecla que sirve para eliminar letras mal escritas; debajo, una flecha blanca sobre un círculo verde, indican el retorno hacia una línea de escritura inferior. Otras teclas con la coma, un icono de banco de emoticonos y la tecla de espaciado, con una forma rectangular alargada completan el teclado.

Debajo del teclado, cuatro símbolos fijos, uno con forma triangular, que sirve para regresar a la pantalla vista con anterioridad, un círculo pequeño dispuesto para ocultar la pantalla presente, y un cuadro que deja ver todas las ventanas abiertas previamente; por último, el ítem de un teclado que sirve para cambiar la escritura a un dictado de voz.

Lo que se ha escrito en los últimos párrafos pareciera sólo una descripción; sin embargo, la intención es por un lado, ver las semejanzas o diferencias entre los diferentes sistemas de teléfonos móviles, en cuanto al diseño de la interfaz; y por otro, mostrar todos los elementos que intervienen (y que pasan inadvertidos) para que el usuario se sienta cómodo visualmente, al momento de hacer uso de las diferentes aplicaciones móviles.

2.4.4.4 La sintaxis visual en la aplicación de Whatsapp

Con respecto a la propuesta de *status* de la imagen-texto, se considera que existen otros elementos que pueden servir para jerarquizar el texto o la imagen, aparte del tamaño; existe una sintaxis visual, que obedece a reglas generales de composición. En líneas anteriores se ha evidenciado que hay una estructura previa en las *app*'s de los dispositivos móviles. La red que manejan los diseñadores de dichas aplicaciones no es por capricho, está pensada para ordenar los elementos que conforman la interfaz o la composición de manera armónica.

La sencilla lista en la que se van guardando los contactos, se ordenan conforme la fecha en la que se mantuvo la última conversación, de manera que las más recientes tienen cabida en la parte de arriba y descenden de acuerdo a un periodo de tiempo.

Si se pone atención a las reglas de la sintaxis visual, por convenciones sociales, como en la escritura, se lee de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, lo que lleva a detectar que; continuando con la lista de contactos, los elementos menos utilizados, se ubican en la parte de arri-

ba, en un pequeño espacio; el tamaño de las letras es suficiente para leerlas y tienen el contraste necesario con respecto al fondo, para que se vean, pero sin intervenir en el manejo de los otros elementos, (Imagen 7).

Siguiendo el orden, se observan otros iconos debajo, con un tamaño un poco mayor, el primero de ellos enfatiza en la aplicación que se está utilizando; el icono y la cinta sobre la que se posa, pertenecen a la misma gama de verdes, pero es más ancha y más clara que la de arriba, (Imagen 7); el tono de color los relaciona, pero el ancho hace la diferencia, para destacar los signos que se desean.

Otros elementos secundarios completan la lista, una especie de lupa, que indica que con ella se puede buscar un contacto, un símbolo acompañado con el signo de "más" para agregar a un nuevo invitado y tres puntos que proporcionan otras opciones; todos estos elementos mantienen el mismo tamaño, lo que les da otra jerarquía.

Más abajo se visualizan otros elementos *calls* (llamadas), *chats* (charla), y *contacts* (contactos); estos elementos también llevan un orden de distribución, se sitúan en el mismo rectángulo verde, pero debido a la altura

que poseen, la jerarquía es distinta con respecto a los signos de arriba; incluso entre ellas, mismas; el elemento que no se utiliza aparece en un tono más cercano al fondo, para disminuir la atención (Imagen 7).

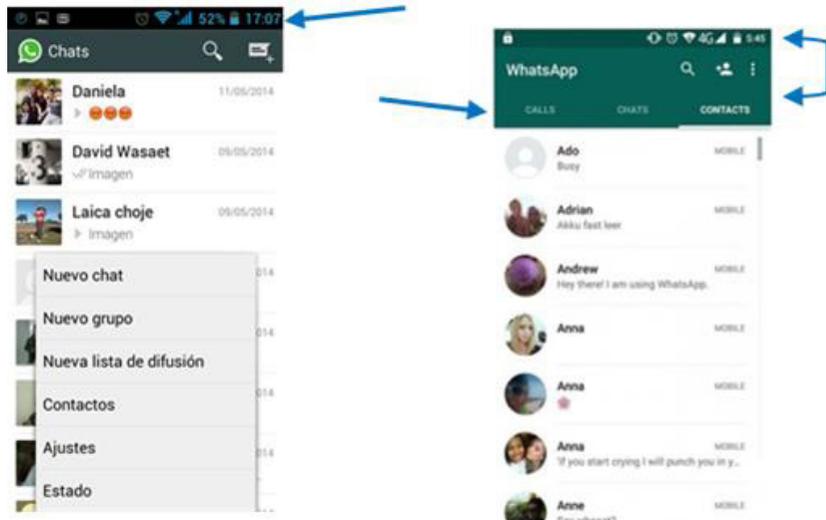


Imagen 7. Elementos visuales en la ventana de contactos de *whatsapp*.

En cuanto a la lista de contactos, primero se coloca la imagen del usuario encerrada en un círculo, además de que la mayoría de las veces, posee color; esto ocasiona que tenga mayor peso visual, lo cual se compensa con el tamaño del nombre del usuario y la fuente en negrita, el texto de la conversación, un espacio en blanco y la fecha del lado derecho ayudan a proporcionar equilibrio, (ver Imagen 8).

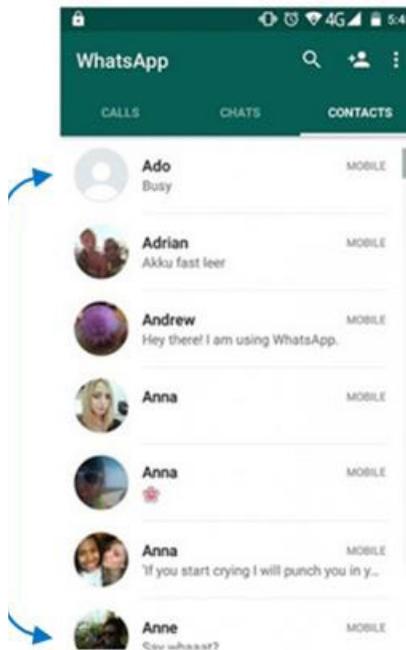


Imagen 8. Características de los contactos.

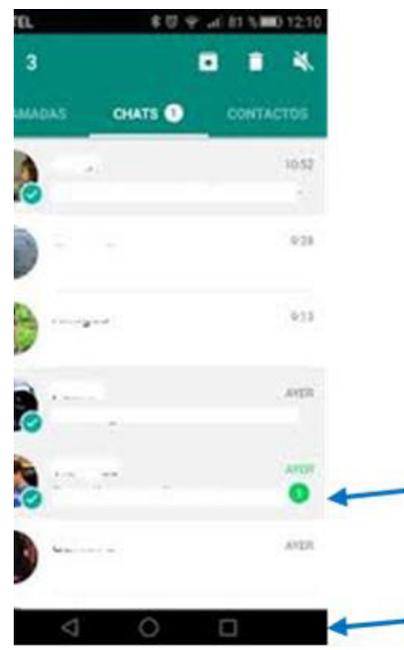


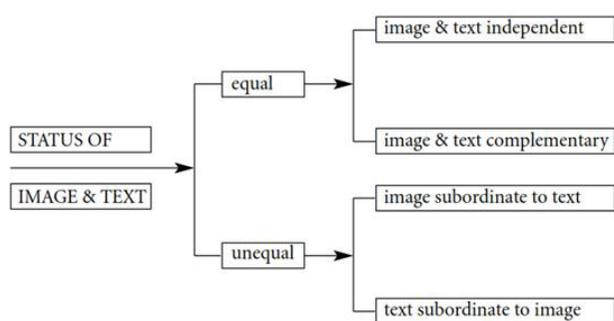
Imagen 9. Ornamentos en la lista de contactos.

Las líneas delgadas y en tono mesurado, sirven para separar cada uno de los contactos, pero así mismo, sirven para que el fondo no se vea vacío y contrarreste el peso de los otros elementos. Otro elemento que no siempre está presente, pero que se visualiza para indicar que hay un mensaje (s) que no se han leído, (Imagen 9); su ubicación es de lado derecho, donde, aunado a su color, inmediatamente se detecta.

Otra cinta delgada y en otro color, como se aprecia en la Imagen 9, encierra otros iconos que sirven para retornar a la acción anterior, ocultar la aplicación, o desplegar las ventanas abiertas previamente. El color hace contrapeso con la banda verde de arriba, pero también la ubicación de los elementos corresponde a la ergonomía, pues se mantienen cerca de los pulgares del usuario para facilitar su uso.

2.4.4.5 La ventana de conversación de *Whatsapp*

Una vez reparado en este orden de elementos o signos semióticos, es necesario dirigirse a la ventana donde se llevan a cabo las conversaciones de los interlocutores. En este espacio es inevitable hablar de la relación texto-imagen, dado que los mensajes están compuestos de estos.



Para ello, se recurre a la tabla propuesta por Martinec y Salway, pues en base a esta, se hacen algunas observaciones y se sugiere tomar en cuenta otros elementos para el análisis sintáctico de los mensajes visuales.

Esquema 6. Sistema de relaciones de status de imagen-texto.

Habrá espacio en otro apartado para hablar de las relaciones lógico-semánticas del texto-imagen, por el momento el diagrama propuesto por Martinec y Salway (2005), (Esquema 6), es de mucha utilidad para este trabajo que se enfoca en la parte sintáctica de los signos de los mensajes visuales de whatsapp; de hecho el esquema está basado en las relaciones de texto e imagen que mencionaba Barthes en 1977, en su ensayo “Mensaje fotográfico”; pero sucede, he aquí la primera observación, que las imágenes-texto analizadas por Martinec, están enfocadas en enciclopedias electrónicas, impresiones de publicidad, tiras cómicas, *websites*, sitios de gallerías *online*, anatomía y libros de texto de mercado, y otros géneros; aunque el autor argumenta que su metodología puede ser utilizada en diferentes medios; una imagen publicitaria o de propaganda política, las páginas de búsqueda en internet, y otros sitios, tienen un tratamiento, estético e ideológico; alguien con conocimientos sobre técnicas de composición y un actor intelectual, quien da las órdenes para que el diseño se realice de tal o cual manera para que tenga efectos en el espectador.

La diagramación similar entre los distintos sistemas de los dispositivos móviles da cuenta de ello; cambian algunos detalles para hacer la diferencia entre uno y otro, pero existe un patrón ya probado y aprobado sobre el cual se desarrollan las interfaces. Sin embargo, las herramientas y opciones digitales que otorgan los dispositivos móviles, provocan que los mensajes sean cada vez más complejos y rompan con el esquema establecido de status imagen-texto.

El usuario aun sin una formación profesional en diseño, en su intento por agradar a su interlocutor, hace uso de recursos que ya incluye el aparato, y de otros que va adquiriendo para ampliar su repertorio. Un ejemplo de oferta de aplicaciones se enlista a continuación:

- *Whatsafe*, que permite realizar copias de seguridad y personalizar o proteger los mensajes.
- *Drawto*, permite dibujar con diferentes estilos para compartirlos en red.
- *Lipix*, un editor de fotos que permite combinarlas con texto.
- *Cool fonts*, una aplicación que contiene varias fuentes para romper con los textos clásicos.
- *Stickers*, como su nombre lo indica, son etiquetas fijas o con movimiento para acompañar el mensaje.
- *Photo comic bubble*, posibilita introducir globos de diálogo en las fotos para hacerlas más expresivas.
- *Memes for whatsapp plus*, con acceso a múltiples memes para compartir con los contactos.
- *Status for whatsapp*, para cambiar el estado, dependiendo de cómo se siente el usuario en un día común.
- *Skins and HD backgrounds*, ofrece texturas y fondos para pantalla en tercera dimensión.
- *Fontsy*, que ayuda a personalizar los contactos con el uso de fuentes diversas.
- *Whatssound*, aunque no visual, permite cambiar el tono de notificación de mensajes.
- *Whatstapp*, proporciona estadísticas del tiempo y de la persona con quien más se chatea.

Los puntos anteriores parecieran más un índice de recomendaciones para los usuarios; sin embargo, estas aplicaciones servirán para ejemplificar como la relación de texto-imagen en los mensajes visuales se ha alterado con las nuevas tecnologías y los cambios que ha traído en las formas de comunicación.



Imagen 10. Información descendente por la diagramación preestablecida- Martinec y Salway, 2005

Ciertamente, debido a la diagramación preestablecida de *whatsapp*, la información se genera de forma descendente, se escribe y se continúa con una imagen, o viceversa; pero también puede suceder que haya varias cajas de texto de manera continua, hasta que otorgue una respuesta el destinatario, como sucede en la Imagen 10.

Otra de las opciones que posibilita la aplicación es que se genere una línea de texto, y en seguida una serie de imágenes que lo acompañen, no una, como se considera en la tabla de Martinec (Imagen 10), sino que puede haber un texto introductorio, una secuencia de imágenes, un texto para cada una de ellas, o uno que se refiera al grupo en general.

Otra de las observaciones es que no hay una detenimiento en la imagen de fondo; la mayoría de las veces se utiliza la que ya trae la aplicación, una imagen con textura que pretende ser neutra, en un color beige tenue, que no interviene con los demás elementos; sin embargo, hay ocasiones en que el usuario selecciona de otras aplicaciones sus propios *wallpapers* (fondos), y estos vienen a alterar la legibilidad de los otros elementos, sin mencionar el significado que estos traen implícitos. (Imagen 11 y 12).

Ante la ya definida red de la pantalla de conversación de *whatsapp*, otras aplicaciones ofrecen nuevas herramientas como *drawto*, que sirven para que el usuario retorne a lo manual, dibujando sus propias ideas. Los dibujos trazados con un lápiz



Imagen 11. Fondo de pantalla 1.



Imagen 12. Fondo de pantalla 2.

virtual pueden proporcionar una apariencia más espontánea que rompa con las líneas rectas que dominan en la pantalla (Imagen13).

La edición de fotografías por parte del usuario se ha vuelto común. La cámara que incluyen los dispositivos móviles cuenta con sus propias funciones, pero hay otras opciones que sirven para este propósito. El usuario hace uso de estas herramientas para manipular sus imágenes, quitarles, agregarles o modificarlas a su antojo, aunque esto conlleva saber utilizar las funciones.

La edición de fotografías por parte del usuario se ha vuel-

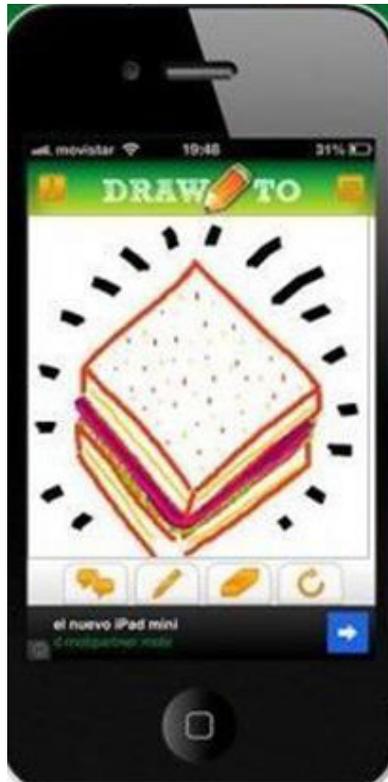


Imagen 13. Ejemplo de dibujo con la aplicación *Drawto*.

to común. La cámara que incluyen los dispositivos móviles cuenta con sus propias funciones, pero hay otras opciones que sirven para este propósito. El usuario hace uso de estas herramientas

para manipular sus imágenes, quitarles, agregarles o modificarlas a su antojo, aunque esto requiere saber utilizar las funciones.

Las selecciones de color, formas, texturas, modifican no sólo las tensiones visuales a las que refiere Arnheim, una fotografía llamativa puede ser el centro de atención del mensaje; pero también al ser un representante, todos los elementos que aparece en la fotografía, la posición del que posa, la ropa que usa, los colores por los que se inclina, las actitudes que refleja; dan cuenta de la personalidad del usuario, sus gustos, sus valores, cultura, ver Imagen 14.



Imagen 14. Personalización del usuario.



Imagen 15. Usos de letras en las pantallas.

No importa si se escribe bien o mal, la intención es llamar la atención, para ello, una aplicación de fuentes (como la de la imagen 15), para cambiar la letra genérica que usa *whatsapp* en las conversaciones resulta de gran utilidad; la variedad de ellas suscitan cambios en los mensajes que pueden atraer la atención del interlocutor, fascinar con la forma y olvidar el contenido, o lo contrario.

Los *stickers* (etiquetas) representan otra opción para que el usuario varíe el ritmo en la composición del mensaje; simulan etiquetas impresas que se pegan en electrodomésticos, cuadernos, libros, y cualquier otra superficie



Imagen 16. Uso de globos en las conversaciones.

que se desee; con un carácter más infantil, ayudan a romper con la formalidad que puede caracterizar un mensaje, (Imagen16). Aunada a esta aplicación se encuentra otra que invita a incrustar globos de diálogo en fotografías. Independientemente de la intención divertida que

tienen, la relación texto-mensaje nuevamente es alterada; si en un momento se consideró el texto subordinado a la imagen y viceversa, este tipo de imágenes posibilita un nuevo nexo, el texto relacionado con la imagen, y ésta vinculada con otro texto incrustado en la misma; esto lleva a preguntarse ¿Qué se lee primero? ¿El texto exterior que acompaña a la imagen? ¿La imagen y posteriormente el texto exterior? ¿El texto incrustado en la imagen? ¿La imagen y después el texto incrustado en ella?; en este tipo de vínculo se produce una lucha jerárquica entre los elementos y, por otro lado, la decisión del lector se ve trastocada al intentar procesar su lectura, (Imagen 17).



Imagen 17. Uso de etiquetas en las conversaciones.

La incrustación de texto sobre imagen no es la única alternativa, con los *gifs*⁹ (formato de intercambio de imágenes), las imágenes adquieren movimiento. Los *gifs* no se reducen a fotografías, pueden ser dibujos, símbolos, gráficos; acompañados de tipografía con un sentido

divertido. La reproducción automática, mientras la situación graciosa aparece en pantalla, induce a cuestionarse si, el hecho de volver a ver el cuadro continuamente, indica que la imagen, en este caso, posee mayor prioridad que el texto externo que la acompaña. Una hipótesis es que el movimiento puede ser un elemento que inmediatamente capte la atención del espectador, para convertir la imagen en el primer signo de lectura.

*memes*¹⁰ también circulan en las aplicaciones de mensajería instantánea, donde se mezclan con los mensajes creados en la aplicación.

El origen del término meme tiene raíces griegas *Míme*, pero Dawkins (1993), lo utiliza como un neologismo para referirse a una unidad de transmisión o de imitación cultural; ya que al igual que el gen, el hombre a través del meme, va evo-

y aplicando lo que ha aprendido para mejorarlo.

La mensajería instantánea se ha apropiado del fenómeno de los *memes*. La mayoría de ellos tienen una intención graciosa, aunque hay otros con un tratamiento más serio; por el momento no se ahondará en esas cuestiones.

Lo interesante de esta forma de presentar la imagen radica en que, similar a los



Imagen 18. Memes en las conversaciones de mensajería instantánea.

Los periódicos y otros impresos, la televisión y algunas páginas de internet habían sido el soporte donde los memes habían alcanzado gran éxito; actualmente los

lucionando y mutando; puede decirse que es una transmisión de conocimientos, ya que conforme pasa el tiempo, el ser humano va cambiando su visión del mundo

gifs, pueden ser dibujos, símbolos, gráficos; pero en este caso la tipografía intrínseca es necesaria para aclarar el sentido (Imagen 18).

Sin profundizar en el trabajo intelectual del creador del *meme* para pensar en el contenido, seleccionar las imágenes, el efecto que creará en el espectador, la frase adecuada para lograr su cometido; el emisor requiere cierto tiempo para indagar sobre el tema que quiere transmitir a su interlocutor; por otro lado, el destinatario, dedica unos minutos para descifrar el *meme*; y se reiteran aquí algunas preguntas previas, ¿Cómo varía la relación de lectura con este tipo de imágenes? ¿Se lee el texto exterior y luego se ve la imagen? ¿Se lee el texto incrustado en el meme y la imagen?, posteriormente el texto exterior; ¿Se repara en la imagen del *meme* y la frase, y más tarde el texto externo?.

Si en los *gifs*, el movimiento de la imagen es indispensable para cautivar al destinatario; en los *memes*, y también como hipótesis, los gestos, las actitudes, que muestran los personajes de las imágenes, pueden servir para enganchar la atención del lector para, posteriormente, dar paso a la frase que los acompaña.

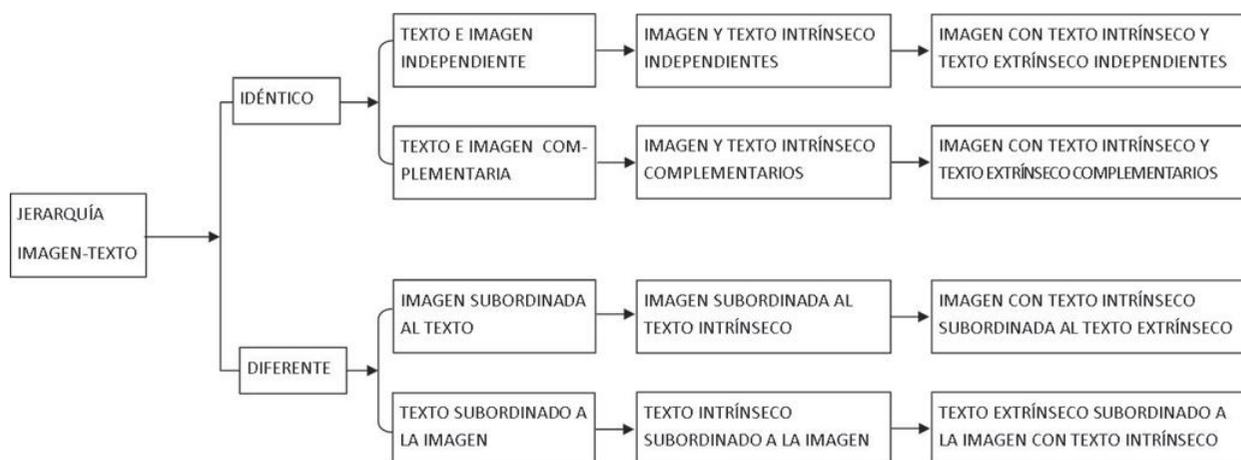
Se ha hecho énfasis en las imágenes con mayor tamaño, sin embargo, hay otros iconos igual de importantes que interaccionan con el texto, los *emoticonos*, aunque más pequeños pueden dar inicio a una conversación, ser los protagonistas o complementar la información.

Dentro de la ventana de conversación, otros signos hacen su parte para conformar los mensajes visuales, pero los de mayor relevancia y donde se centra el recorrido visual que hace el lector, es entre el texto y la imagen, lo cual, como se ha visto hasta ahora requiere su propia reflexión.

Entender desde la sintáctica visual estas nuevas y compleja relaciones de texto-imagen en los mensajes generados en la aplicación *whatsapp* y otras parecidas, obliga a desarrollar el Esquema 7, donde se sintetizan los argumentos de las líneas precedentes, para comprender la interacción del texto-imagen, como signos visuales.

A partir del trabajo de los autores ya citados, y de reflexiones personales sobre las formas en que se presenta los mensajes visuales en la aplicación *whatsapp* y otras con similares características, se generó un esquema que intenta englobar estas interrelaciones sintác-





Esquema 7. Propuesta jerárquica de Status imagen-texto. Nicanor. 2016.

ticas, que son de gran relevancia, puesto que de ello depende la atención del lector, el recorrido visual que realiza y el tiempo que le dedica a cada mensaje.

En este trabajo se han utilizado términos que tal vez para el lector resulten desconocidos, pero que se cree son necesarios para explicar el contenido del trabajo, por ejemplo: texto intrínseco y extrínseco se han sugerido, el primero para distinguir el texto que se encuentra dentro de la imagen que agregó el lector para ilustrar su conversación; mientras el segundo, es el que escribe él mismo dentro de la charla, para adelantarle a su interlocutor sobre lo que le enviará enseguida, o para explicarle de que se trata; pero también puede ser el texto que escribe el interlocutor consecuentemente a la imagen, como reacción a esta. Seguramente escapan muchos detalles a este trabajo, pero el análisis desarrollado

de los signos visuales que conforman la aplicación whatsapp, y que recae en la propuesta del esquema del esquema 7, servirá para despertar nuevas deliberaciones en torno a este tema; de la misma manera, nuevas interrogantes sobre ¿Cómo estudiar estas complejas relaciones entre texto e imagen?, ¿Cómo participa el usuario en la organización de los signos visuales?, ¿De qué manera, estas nuevas formas de presentar los mensajes alteran el recorrido visual del usuario? ¿Hay diferencias entre la lectura que hace un joven y un adulto?

Reflexiones

Las relaciones básicas entre texto e imagen permanecen en los periódicos, revistas, libros, tiras cómicas, escenas de cine, las cortinillas que los acompañan, documentales, y otros tipos de discursos visuales; con el teléfono móvil y otros dispositivos tecnológicos similares, la forma de presentarlas ha cambiado.

Queda claro que el usuario tiene que sujetarse a la diagramación impuesta por el diseñador de la interfaz de los dispositivos móviles, pero eso no impide que busque los recursos necesarios para variar la forma de presentar sus mensajes visuales.

Se desconocen los criterios que utiliza para seleccionar las imágenes y otros componentes que trae a la ventana de conversación, pero no se puede negar, que en esta indagación o búsqueda realiza un esfuerzo mental para localizarlas, así como los textos o frases, a veces de manera tan rápida, para atraer la atención de su interlocutor.

La propuesta de las relaciones entre texto e imagen, así como de otros elementos que componen la pantalla de la aplicación *whatsapp*, en donde se llevan a cabo las conversaciones, son producto del esfuerzo por descubrir cómo se ha modificado su interacción; tomando en cuenta que el soporte de la presentación de los mensajes visuales es diferente; considerando el trabajo previo del diseñador de la interfaz; el sistema operativo con el que se cuenta; las aplicaciones que se ponen al alcance del usuario; y los recursos a los que acude el lector para mantenerse al día con este tipo de aplicaciones de mensajería instantánea que son todo un fenómeno mundial.

Sobre lo anterior, la forma tan aparentemente sencilla de presentar los elementos visuales en las pantallas concernientes a la aplicación *whatsapp* no es gratuita, tiene sus bases en las leyes de la Gestalt; el individuo prefiere las formas básicas, como puede apreciarse en los dibujos de los niños y del arte primitivo. Esto podría explicar también por qué el usuario selecciona imágenes con un contenido fácil de digerir, pero esta y otras suposiciones pendientes se intentarán ampliar en otro apartado.

2.4.5 Signos estéticos

La estética, relacionada con la manera en que el individuo percibe las cosas, o el valor individual que le otorga, lleva a deducir que no sólo importa lo que se ve a primera vista; los signos estéticos, como los llama Eco (1994), por ejemplo, la trama pictórica, los matices dejados en una reproducción, los colores, las texturas, los materiales mismos y la manera en que estos se relacionan, son elementos que también comunican y que encierran significancias.

Considerando que la información de la realidad que recibe el sujeto, depende de sus habilidades biológicas, psicológicas y socio-culturales, para el diseñador de la interfaz de las aplicaciones móviles, es conveniente conocer el lenguaje visual, para lograr la atracción de la gente que hace uso de dichas aplicaciones.

2.4.6 La intervención de la percepción visual

A través de los sentidos el hombre se pone en contacto con el medio ambiente y con todo lo que le rodea, incluyendo su cuerpo mismo; estas sensaciones se convierten en información cognitiva. Es decir, a las sensaciones se les otorga sentido, lo cual servirá para su posterior reconocimiento; si alguien por primera vez tiene contacto con el fuego y se quema, en un segundo encuentro con este fenómeno sabrá que la flama puede ocasionarle quemaduras, por tanto evitará su acercamiento.

En este proceso de reconocimiento individual intervienen, como lo expone Gubern (1992), la memoria, la experiencia y el hábito; es personal y después social, puesto que si alguien le dice a otro que no vea el sol directamente porque lo cegará, será seguramente porque el primero ya lo experimentó, por lo que le advierte del riesgo,

trayendo la memoria lo que él mismo vivió; tales experiencias se van volviendo un hábito, ya que cada vez que se esté bajo los intensos rayos del sol, no se intentará voltear la mirada hacia él, ya no tanto por el peligro que pueda provocar, sino por costumbre.

El reconocimiento para no repetir la mala experiencia de tocar el fuego, porque quema, está dada por asociación a la experiencia previa, el fuego-quema, el sol-deslumbra; pero también por la diferenciación, pues no es lo mismo mirar el sol centelleante que la lámpara de una habitación que también desprende luz, pero menos intensa.

Esto resulta interesante, por que si bien se desconocen los criterios para hacer estas diferencias, son útiles para distinguir entre el dibujo de una manzana y una pera, aunque ambas son frutas; el reparar en los rasgos que son característicos de un objeto, sirven para reconocerlo.

La explicación pudiera tener sus raíces en lo que exponen los investigadores de las leyes de la Gestalt, quienes, similar a lo que apunta Arheim, que por encima de las partes de un estímulo está la idea del todo. Según la Gestalt, se percibe mediante la jerarquización de la forma, la cual está asociada al contorno. Es decir, el espacio

que queda encerrado en una línea (s), conocido como figura (zona endotópica), tiene más fuerza que lo que queda fuera, el fondo (zona exotópica).

Además, las formas que percibe el individuo a través de los sentidos, siempre están relacionadas con otras que le rodean, de ahí que, mediante diferentes manifestaciones como la ley del cierre, de la similitud, la proximidad, la continuidad el contraste, de figura fondo, la forma adquiere pregnancia o impacto visual. Para complementar lo anterior, el contraste con el fondo, la nitidez de la forma, la simetría o la repetición de un elemento, el peso, las interacciones cromática y la importancia que se le otorgue a cada elemento en el plano, implicará en el significado del mensaje visual.

Con la misma idea, Eco (1992), refiriéndose al discurso, menciona que es la organización jerárquica de la información dentro de su estructura; puesto que no todas las unidades de información pueden ni deben tener el mismo rango de importancia; deberán distribuirse de acuerdo a una escala de relevancia y organizadas en diversos niveles.

Esto lleva a inferir que existen figuras más pregnantes que otras, por ejemplo el triángulo, círculo y cuadrado, los cuales son

fácilmente reconocibles, a diferencia de otras figuras más complejas. Sobre esto, los *emoticonos* utilizados en los mensajes visuales, que no cuentan con detalles minuciosos, un círculo que encierra dos puntos que simulan dos ojos, con una línea que puede ser recta, curva hacia arriba, o hacia abajo, ondulada, pueden servir para indicar el estado de ánimo del remitente, feliz, enojado, triste, preocupado..., el receptor fácilmente los capta, de ahí su uso constante en las conversaciones por *whatsapp* y otras aplicaciones semejantes.

La manera de identificar y diferenciar, tiene que ver con las experiencias previas, que implican también facultades conscientes e inconscientes, reflejados en los deseos, frustraciones, y clase de emociones, que inquietan al ser humano, que le sirven en la adjudicación de sentido a las nuevas percepciones.

Con todo esto, se puede dar una idea de lo complejo que resulta la percepción, ya desde las formas físicas que se presentan en un mensaje, como se ha reiterado, no actúan solas, siempre están mezcladas con otras, aunque cada una es independiente.

Se ha mencionado la forma, pero hay otros elementos morfológicos en un mensaje visual; aquellos caracterizados por su

presencia física, y los cuales modifican el espacio y el significado del mismo. Dentro de los bidimensionales, el punto representa el elemento más simple, aunque resulta contradictorio decirlo, ya que por sí mismo tiene presencia en un plano. Un punto llevan implícitas la dimensión, la forma y el color; sin embargo, su mayor cualidad está en la dinámica que crea, dependiendo del lugar donde se le coloque, puede generar tensiones distintas. Por otro lado, también puede estar integrado o formar parte de algunas imágenes.

Otro elemento que ayuda a enfatizar la dinámica es la línea, así mismo, como su capacidad de indicar dirección, separar un plano en dos dimensiones o construir una forma. De manera más compleja, interviene para crear volumen o la idea de tercera dimensión, dependiendo como se trabaje con ella.

El plano es un elemento más, que se identifica con la superficie, el soporte o la estructura espacial de la imagen. El plano, es intrínseco al color y la textura; en él se desarrolla el proceso plástico. Aunado a los anteriores, está la textura, la cual puede clasificarse como visual o táctil, aquellas que se pueden apreciar sin que tengan volumen, y aquellas que se pueden tocar y sentir la rugosidad de la misma.

Sin entrar en tanto detalle, el color es entendido como el proceso que se da entre la luz, la superficie de los objetos y la retina. Puede ayudar a generar una dimensión plana o con profundidad; concordando con Villafañe (2006), a través de los tonos, se pueden generar otras significaciones, como (direcciones de escena, ritmos, contrastes progresivos, etc.); sus cualidades no son sólo espaciales, sino dentro de la imagen; el manejo de sus contrastes puede ayudar a establecer diferencias en la apreciación de las cosas; las propiedades sinestésicas del color, quedan manifiestas en la sensación de acercamiento o alejamiento de los objetos.

Finalmente la forma, considerada como el aspecto visual, y la forma estructural, en cuanto sus características intrínsecas y lo que la diferencia de otras, son esenciales en su reconocimiento, por ejemplo, un caballo, cumple con ciertas propiedades estructurales que lo distinguen de una gallina. Otros elementos que no se ven físicamente, pero están presentes en la composición, son los dinámicos, que engloba el movimiento, tensión, el ritmo; de la misma manera los elementos escalares, donde entran la dimensión, el formato, la escala y la proporción.

Introducción

Desde tempranas horas del día y en este mismo momento, a través de sus smartphones (teléfonos inteligentes), muchos jóvenes intercambian mensajes en las redes sociales y mediante la mensajería instantánea. Una prueba de esta aseveración se sustenta en Minutouno (2016), quien reporta que solamente de dos de las aplicaciones más utilizadas en el mundo, *Whatsapp* y *Facebook Messenger*, fueron enviados 60 mil millones de mensajes diariamente.

Hallazgos teóricos

Dentro del marco teórico, La Teoría la Complejidad planteada por Rolando García y otros autores, refrenda la noción de que el fenómeno que se estudia: “Efectos del Discurso Visual del Ciberespacio Social en la Cognición de los Jóvenes”, representa un sistema complejo, ya que cada uno de los elementos: Discurso Visual, Ciberespacio Social, Cognición, Jóvenes, actúan de forma independiente, pero, al mismo tiempo, integran un todo; un evento que se distingue por ser uno de los muchos acontecimientos que suceden diariamente en el mundo.

- Del efecto mariposa y el efecto bucle de Lorenz y Morin, respectivamente, se estableció que los “Efectos” son alteraciones, cambios, eventos; no estables, ni determinísticos, tomando en cuenta que ante la modificación de cualquiera de los componentes que conforman el sistema complejo, estos también varían.
- Con la Teoría Semiótica de Eco se despejaron dudas sobre el “Discurso Visual”, entendiéndose este como un mensaje visual; en otras palabras, una organización de signos que implican significados. El mensaje visual, es un acto de comunicación, en tanto integra un emisor y un destinatario; de la misma manera, una actividad de conocimiento, puesto que se requiere de un proceso mental para producir e interpretar los mensajes aludidos. Apoyado en estudios previos de Charles Morris, Eco proporciona nuevas reflexiones que contribuyeron, desde la perspectiva de este trabajo, a pensar en la sintáctica como la expresión y la interrelación de elementos visuales (significantes),

que encierran un contenido (semántica), designados por códigos sígnicos; además de una pragmática, que involucra la respuesta, el efecto o el uso que le da el usuario al mensaje.

- La Teoría Sociológica de Pierre Lévy, sirvió para refrendar la idea de que el Ciberespacio es un escenario, por sus diversas modalidades (comunicación, de datos, cultura, entretenimiento), una representación de la realidad, un soporte social, donde interactúan múltiples usuarios; destacando sus cualidades de espacio del saber.
- Tanto La Teoría Constructivista del Conocimiento de Rolando García, como el Tipo Cognitivo de Eco, corroboraron la noción de que el conocimiento se va adquiriendo en un proceso asimilación y acomodación de la información en varios niveles; que depende también de factores biológicos, psicológicos y sociales de cada individuo.
- Se consideró pertinente la Teoría Cognoscitiva de Corral Iñigo, puesto que, efectivamente, los jóvenes se distinguen por gozar de una capacidad mental para memorizar, una habilidad para aprender de manera más práctica; sin descartar, por supuesto, su transición hacia un periodo más dialógico.

Desde estas teorías, se distinguió mejor el problema planteado, y se encontraron los argumentos necesarios para su refutación.

Relevancias sociales

En el Estado de México los jóvenes representan un poco más del diez por ciento con respecto al nivel nacional, mientras que, con base en datos del INEGI (2010), en Ecatepec de Morelos, Estado de México, representan la tasa más alta: 307,275 jóvenes entre 15 y 24 años; de los cuales 153,488 son hombres y 153,787 mujeres.

El rechazo a las condiciones de vida, se muestra en el porcentaje de la SEGOB (Secretaría de Gobernación) y el INEGI (2014), donde el 59.3% de los jóvenes declaran que se mudarían de su colonia o barrio, debido a la pobreza que los rodea, la marginación por la falta de servicios públicos, la insuficiencia de escuelas, el descuido en la cultura, el mal gobierno, la violencia e inseguridad en los lugares donde viven. La mismas fuentes exponen, que el 83.3% de los habitantes no participan en programas de su colonia o barrio, bien por falta de tiempo, inexistencia de actividades, falta de interés, desconocimiento de las mismas; lo que lleva a los jóvenes a buscar opciones de entretenimiento menos comprometidas.

La situación económica, las limitantes para acceder a internet y las largas distancias que tienen que recorrer los jóvenes del Estado de México para llegar a las zonas donde se concentran las escuelas y los espacios de cultura, son un impedimento para participar de ellos, y la pérdida de oportunidades para interactuar con otros jóvenes con mayor impulso profesional y de vida.

Las características de estos lugares son muy importantes, pues inciden negativa-

mente en el uso de los aparatos móviles y en la vulnerabilidad de los jóvenes al momento de asimilar los mensajes visuales; GCE¹¹ (2015) publica que el 27.7% cree en la veracidad de la información que se difunde en internet, un porcentaje alto, tomando en cuenta que el resto se reparte en ocho variables. Los jóvenes en estas condiciones, por lo regular, utilizan el ciberespacio para chatear, bajar música o películas, y mandar mensajes.

En Ecatepec de Morelos, Estado de México, expone el GCE (2015), el 71.6% de la población cuenta con conexión a internet, el 39.3% accede con un con un teléfono inteligente, 27.8% utiliza un computador; el resto con otros aparatos. El 73.9% lo utiliza para redes sociales.

Los que aprovechan las ventajas de las tecnologías para realizar transacciones comerciales, crear videojuegos, musicales, sitios de literatura, arte en todas las áreas, son aquellos que pertenecen a un nivel económico medio o medio bajo; con padres profesionistas que los acercan a los museos, al teatro, y a escuelas con calidad, y a los aparatos tecnológicos. Viven cerca de las instituciones académicas y espacios culturales donde se desplazan comúnmente.

Los verdaderos *millennials* usan la tecnología con propósitos más profesionales, artísticos o de otro tipo, son los *youtubers*, *bookstubs*, blogueros, creadores de aplicaciones, emprendedores empresariales, quienes se convierten en líderes de opinión o establecedores de tendencias, y poseen competencias para desenvolverse eficazmente en el terreno laboral, académico y cultural.

Los jóvenes son los más asiduos al teléfono móvil y las aplicaciones de mensajería instantánea, se sustenta con datos recientes de Banamex (2015), quien expone que el 90% de los jóvenes en México disponen de un *smartphone* para acceder a internet; el 94.7%, utiliza el teléfono para enviar y recibir mensajes.

El teléfono móvil es un medio de comunicación permite una conexión ubicua y permanente (siempre que haya señal), a los familiares les otorga tranquilidad al estar en comunicación con sus hijos, a estos les da la sensación de ser independientes.

Dentro de las actividades positivas, el ciberespacio social, abre las puertas para participar en programas de responsabilidad social, por ejemplo: alerta amber, apoyo

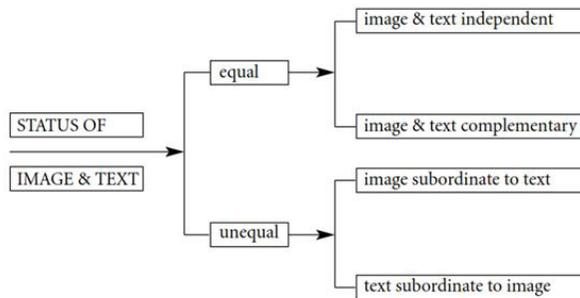
a instituciones y organismos de mujeres, discapacitados, adultos mayores, jóvenes; enterarse de eventos artísticos y culturales, académicos, deportivos, medio-ambientales, incluso sentimentales.

Sin embargo, las nuevas formas de comunicación revelan cambios, alteraciones, consecuencias en las prácticas sociales del individuo: ensimismamiento con el aparato en diferentes horas del día y la noche, y el excesivo envío y recepción de mensajes, que traen consigo efectos cognitivos adversos, entre los más notables: la dependencia (al aparato y a los mensajes recibidos), ansiedad y estrés, duda, descontrol, desconfianza. Otros más vinculados con el estado emocional: desmotivación, aislamiento, la sujeción a la validación de los demás, la insatisfacción del ego y la autorrealización, el auto-engaño, la mentiras amorosas, entre otras.

The Competitive Intelligence Unit (2014); de vela que el 88% de los jóvenes en México utiliza la aplicación whatsapp, junto con otras app's similares, para el envío y recepción de mensajes visuales.

Las alteraciones o cambios en el intercambio de mensajes visuales repletos de interdiscursos¹², llevó a replantear la propues-

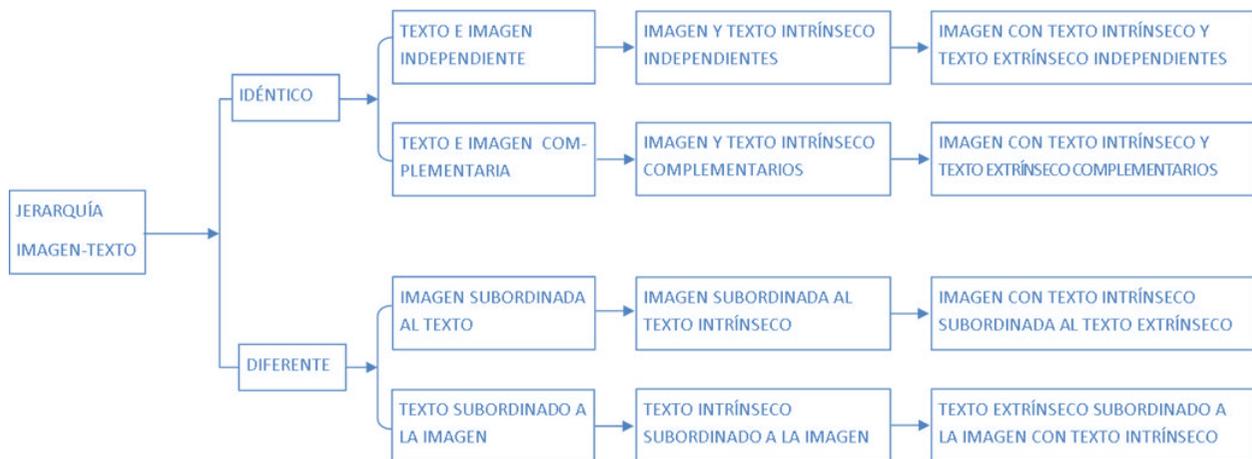
ta de estatus imagen-texto de Martinec y Salway (2005), (esquema 1).



Esquema 8. Sistema de relaciones de estatus imagen-texto. Martinec y Salway (2005).

pueden mantener una liga entre ellos y, al mismo tiempo, mantener un vínculo con el texto escrito en la ventana de conversación, pero ser independientes.

- c) Una imagen que se introduce y el texto que se escribe directamente en la ventana de conversación son complementarios.
- d) Una imagen con texto que se introducen se complementan con un texto que se anota directamente en la ventana de conversación.



Esquema 9. Esquema jerárquico imagen-texto, con base en el uso de interdiscursos. Nicanor (2017).

En el rediseño jerárquico de imagen-texto (esquema 2), se visualiza la manera en que los interdiscursos se distribuyen en mensajes visuales cada vez más complejo. De esta manera, el estatus imagen-texto se divide en:

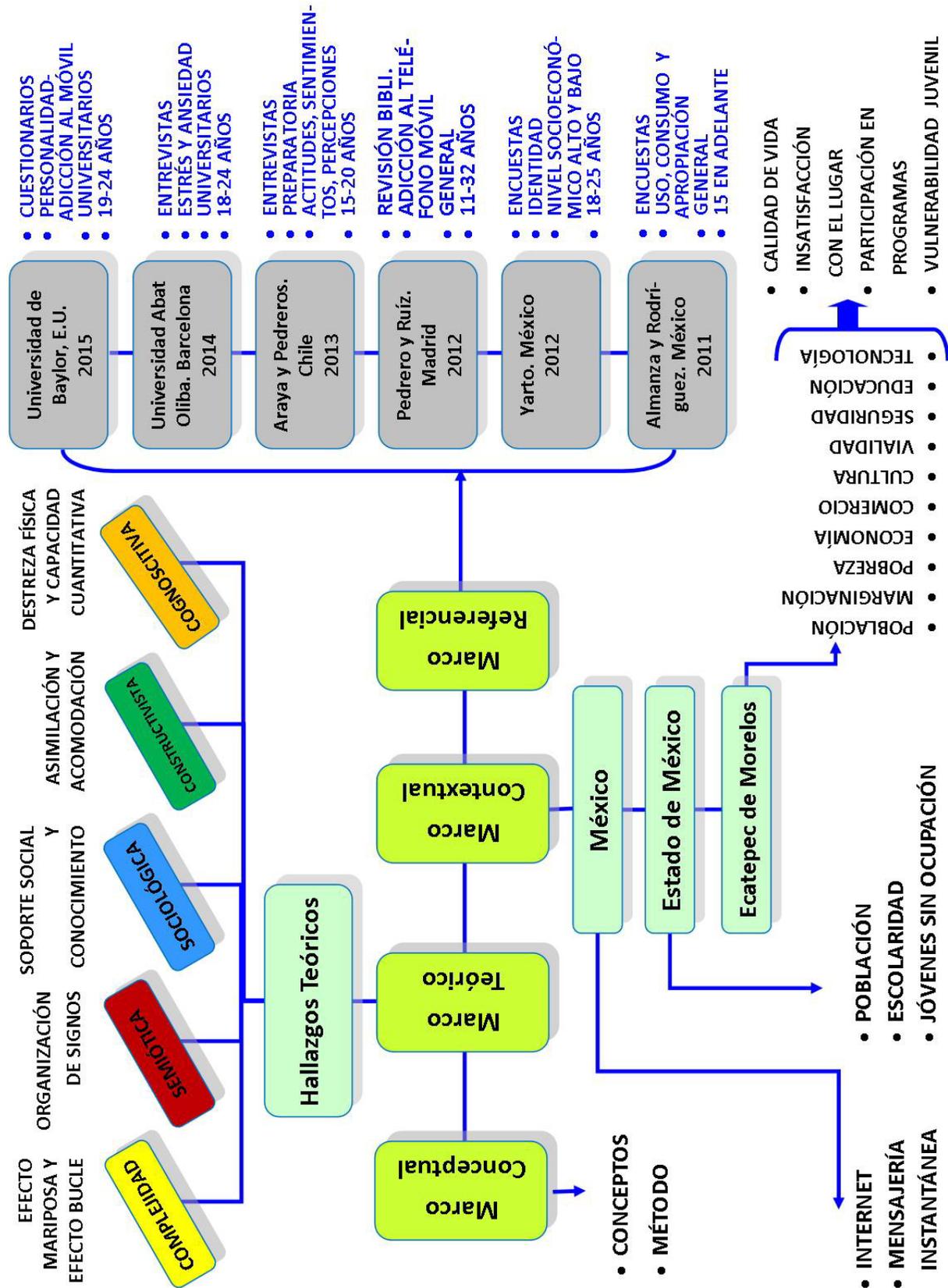
Jerarquía idéntica, cuando:

- a) Una imagen que se introduce y el texto que se escribe directamente en la conversación son independientes.
- b) Una imagen que se inserta con texto

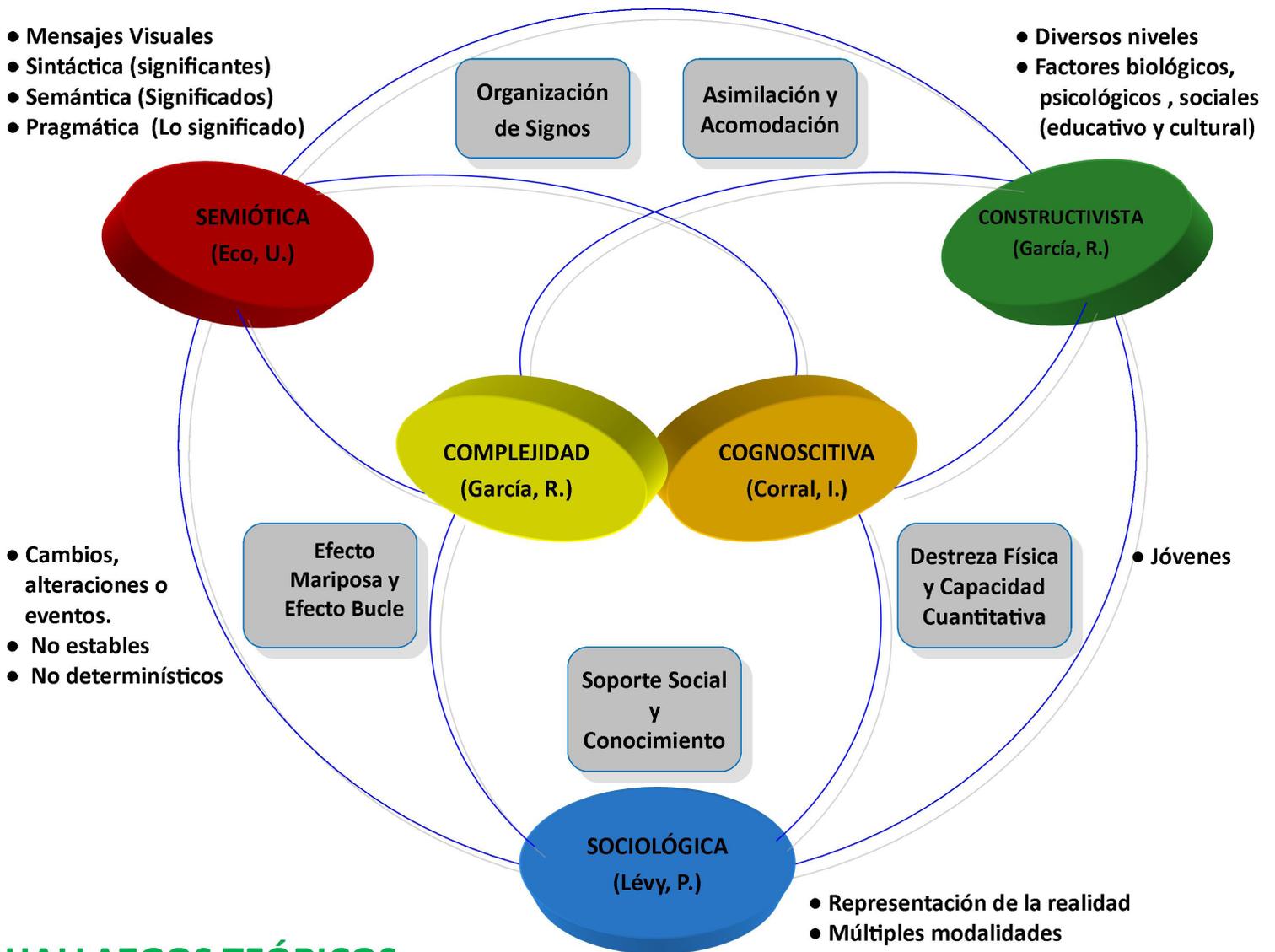
Una jerarquía diferente, cuando:

- a) En un interdiscurso la imagen puede estar subordinada al texto intrínseco.
- b) El interdiscurso puede estar subordinado al texto que se redacta en la ventana de conversación.
- c) En un interdiscurso el texto puede estar subordinado a la imagen.
- d) El texto redactado en la ventana de conversación puede estar subordinado al interdiscurso.

La información relevante del capítulo II, se sintetiza en los esquemas que se presentan a continuación:



Esquema 10. Resumen de las conclusiones del capítulo II. Nicanor, 2017.



HALLAZGOS TEÓRICOS

Esquema 11. Síntesis de los hallazgos teóricos. Nicanor, 2017.

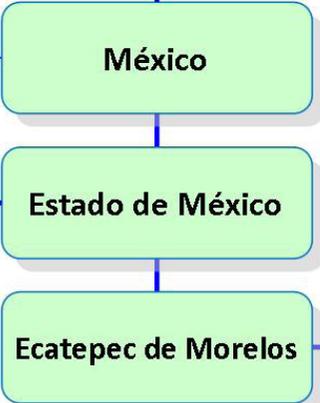
AQUÍ Y AHORA

- CALIDAD DE VIDA
- INSATISFACCIÓN CON EL LUGAR
- PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS
- VULNERABILIDAD JUVENIL

- POBLACIÓN
- MARGINACIÓN
- POBREZA
- ECONOMÍA
- COMERCIO
- CULTURA
- VIALIDAD
- SEGURIDAD
- EDUCACIÓN
- TECNOLOGÍA

- 1, 677 678 HABITANTES
- 59.3% INSATISFACCIÓN POR EL LUGAR DE RESIDENCIA
- 307,275 JÓVENES 153, 488 HOMBRES Y 153, 787 MUJERES ENTRE 15 Y 24 AÑOS (INEGI, 2016)
- 168, 699 JÓVENES ENTRE 15 Y 24 NO ASISTEN A LA ESCUELA.
- PEOR MUNICIPIO PARA VIVIR, GCE² (2016)
- 83.3% NO PARTICIPAN EN PROGRAMAS DE SU ZONA
- 27.7% CREE EN LA VERACIDAD D LA INFORMACIÓN QUE CIRCULA EN INTERNET. GCE³ (2015)

Marco Contextual

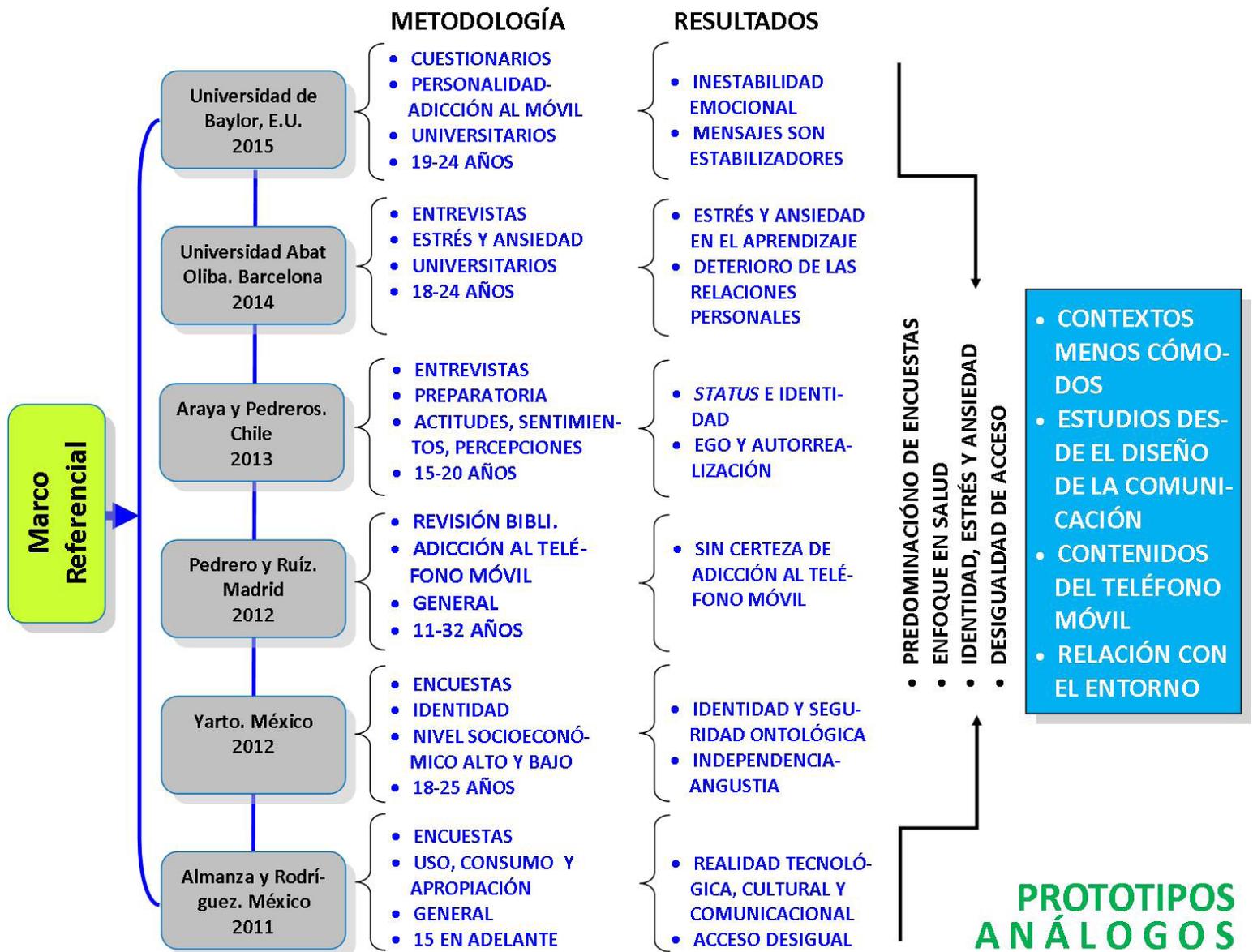


- 59.5% DE SEIS AÑOS O MÁS USA INTERNET
- 68.5% DE LOS USUARIOS TIENEN MENOS DE 35 AÑOS
- 73.6 % DE SEIS AÑOS O MÁS, CUENTAN CON TELÉFONO INTELIGENTE (INEGI, 2105)
- 87% PARA CHATEAR Y REDES SOCIALES
- 90% JÓVENES CON LICENCIATURA Y POSGRADO, INTERNET PARA ACTIVIDADES ESCOLARES Y DE TRABAJO (IBBY¹ y BANAMEX , 2015)

- 2,831, 528 JÓVENES ENTRE 15 Y 24 AÑOS
- 2º SECUNDARIA
- 15.10% NO ESTUDIAN NI TRABAJAN (SEP, GOB, IMJUVE, 2015)

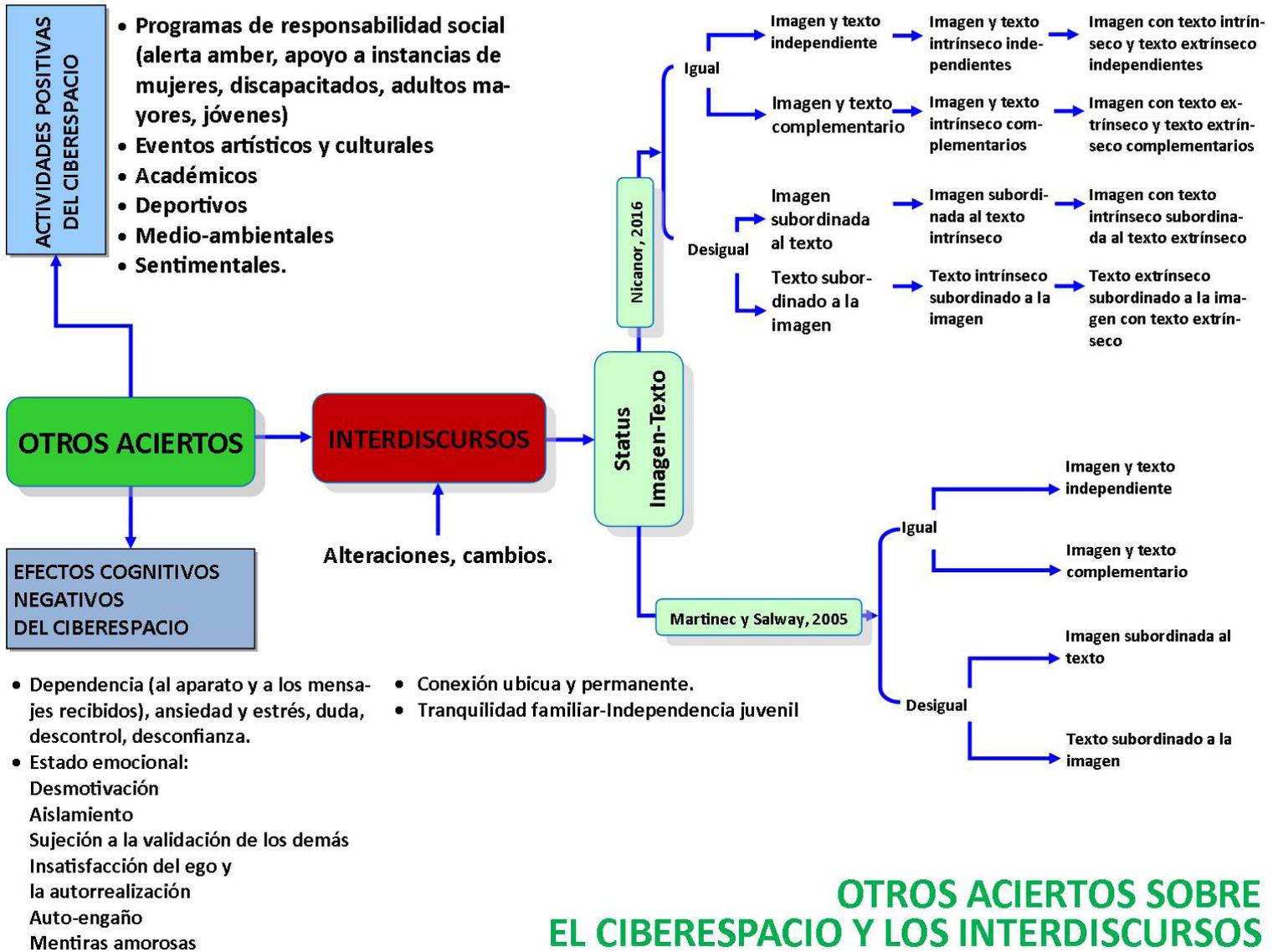
¹ International Board on Books for Young People
² Gabinete de Comunicación Estratégica.
³ Ibidem.

Esquema 12. Datos relevantes del Marco Contextual, en México, Estado de México y Ecatepec de Morelos. Nicamor. 2017.



Esquema 13. Marco referencial mediante ejemplos similares. Nicanor, 2017.

Por último, las funciones, herramientas y aplicaciones que ofrece el teléfono móvil para la circulación y multiplicación de mensajes visuales se han vuelto muy comunes, al grado



OTROS ACIERTOS SOBRE EL CIBERESPACIO Y LOS INTERDISCURSOS

Esquema 14. Aciertos valiosos sobre el Ciberespacio y la alteración del status imagen-texto. Nicanor, 2017.

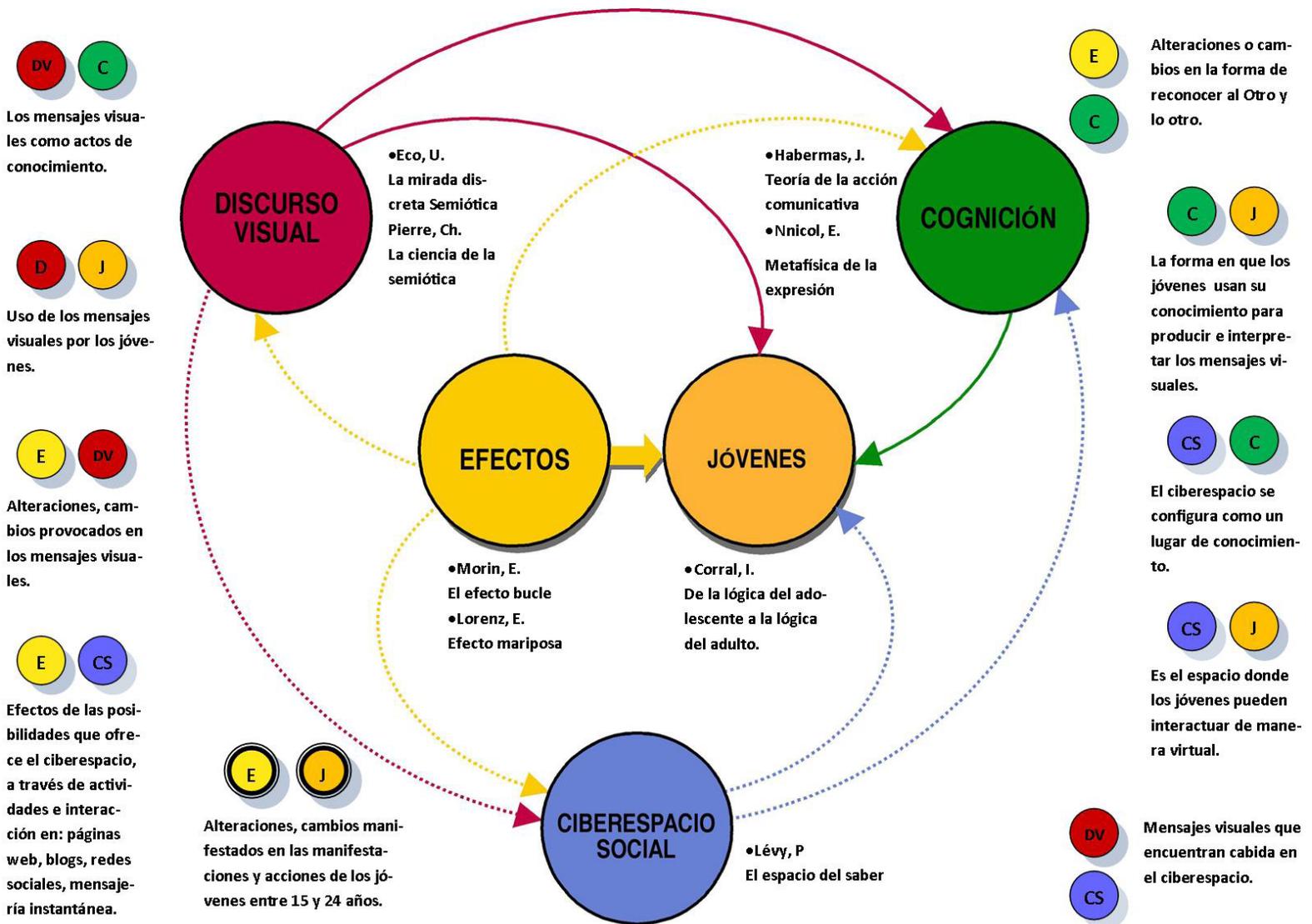
que su misma práctica tan usual, requiere ampliar y profundizar sobre los efectos positivos y negativos en la cognición de los jóvenes.

CAPÍTULO III

3.1 Enfoque de la investigación

Introducción

A partir de la deliberación de teorías que conforman el marco conceptual y teórico, se obtienen las categorías “Efectos”, “Discurso Visual”, “Ciberespacios Social”, “Cognición” y “Jóvenes”, expuestas en el Esquema 15.



Esquema 15. Categorías conceptuales que conforman el tema: “Efectos del Discurso Visual del Ciberespacio Social en la Cognición de los Jóvenes”. Nicanor, M. J. (2017).



Para encontrar los “Efectos en los jóvenes”, conceptos ubicados en la parte central del esquema 15, desde la Teoría de la Complejidad se establece la relación entre las categorías: Efectos-Discurso Visual, Discurso Visual-Cognición y Cognición Jóvenes, de los cuales se extraen los observables para la obtención de datos y posteriormente los resultados.

3.2 Observables

3.2.1 Efectos-Discurso Visual

Desde la teoría de la complejidad, el término efectos toma un nuevo rumbo. El principio del bucle retroactivo y de retroalimentación propuesto por Morin (2002), ya no sigue una línea recta; el efecto o lo que sucede después de una provocación, puede regresar a donde inició, o bien, ocasionar efectos aún mayores. Propuesto por el mismo Morin, el principio del bucle recursivo, refiere los efectos o productos como productores y causantes de lo que los produce.

En relación con lo anterior, García (2006a), las interrelaciones no lineales en los sistemas complejos, provocan cambios que son regulados en la totalidad; aunque siendo sistemas abiertos al entorno, también

pueden alterar sus condiciones, en un juego de desequilibrio y reorganización.

La tesis de García sobre los sistemas complejos, como el efecto mariposa de Lorenz, respecto a que, en una mínima variación se pueden generar cambios inesperados, lleva a concluir que los efectos (cambios, alteraciones, eventos) son el resultado de las interacciones entre los elementos o sucesos que conforman un sistema complejo, los cuales no precisamente tienen que ser adversos, también puede ser beneficiosos para mantenerlo en equilibrio.

Mientras que, siguiendo las argumentaciones de Eco (2010), el discurso es un acto comunicativo, que este se puede traducir en códigos o mensajes y ser estudiados como signos. En este sentido el discurso equivale a una organización compleja de signos que sirven para transmitir información o para indicar a alguien algo que otro conoce; que incluye no sólo texto, sino también imagen, símbolos científicos o diagramas. Del mismo modo, los signos tratados por la semiótica requieren de un código común, una serie de reglas que atribuyen un significado al signo.

Una vez esclarecido que lo que se pretende es deliberar sobre los efectos del dis-

curso visual o de los mensajes visuales; los cuales, por supuesto, pueden presentarse en periódicos, revistas, el cine, la televisión y, últimamente en el ciberespacio de la internet que es parte de los propósitos de este trabajo, se pueden inferir tales efectos, o si se apega uno a la teoría de la complejidad, a las alteraciones, cambios, que provocan los mensajes visuales en los receptores.

En líneas anteriores se aclaró el concepto de discurso visual, por lo que, sin desatender la Teoría Semiótica de Eco, se sigue lo manifestado por McLuhan (1994a), en el sentido de que el medio es el mensaje; en otras palabras, si las consecuencias individuales y sociales de ver la televisión evidencian el impacto de lo que se ve en la televisión, se infiere que el comportamiento que muestran los jóvenes al momento de usar el teléfono móvil revela los efectos que tienen los mensajes visuales en el individuo. Esta deducción se reafirma con el hecho de que el referente actúa como un significante, pues detrás de él hay significados ocultos.

De ahí que la observación directa y la documentación fotográfica, permite obtener información de gran valor en un contexto específico real.

Reflexiones

Los efectos pueden ser varios, desde la enajenación con los mensajes visuales, como sucede con la televisión, hasta la ansiedad por estar constantemente revisando la llegada o el envío de los mismos (hablando de las redes sociales). Gubern (2006a), cree que los mensajes visuales pueden despertar las más grandes fantasías, los deseos ocultos, e incitar la sexualidad.

Las argumentaciones de Gubern generan dudas, cómo es que un mensaje visual puede suscitar fantasías, deseos sexuales u otro tipo de apetitos secretos. Para ello, es necesario recordar que un acto de comunicación es un proceso sígnico, pues requiere de la descodificación del mensaje de parte del receptor y una respuesta a quien se lo envió. Esto lleva a traer nuevamente a colación el principio del bucle retroactivo y de retroalimentación de Morin. La respuesta a la incitación del deseo dependerá de varias cosas, de la relevancia del mensaje; de la audacia con que esté elaborado; y de la disposición y las condiciones del sujeto que lo lee. Es decir, alguien que está en busca del amor o del placer, como menciona Gubern (2006b), ya está predispuesto para participar en este juego; de manera que si una persona le envía un mensaje con la misma inten-

ción, la diversión comienza a hacerse más interesante y cada uno de ellos llegará hasta donde el otro lo permita. No obstante, el efecto no será el mismo en los receptores, pues hay quienes por su formación académica, familiar, cultural, de valores, o porque tienen claro que se trata de un pasatiempo, pueden detener el entretenimiento en el momento que lo desean, sin que los efectos tengan repercusión en su vida cotidiana.

Pero están aquellos que, por su desconocimiento, se dejan seducir por la elocuencia de los mensajes, una bonita imagen, seductoras palabras, con una retórica bien ejecutada pueden ser clave para caer incluso, en las trampas de aquellos que tienen otras intenciones, como la estafa, el secuestro, el engaño amoroso, las falsas identidades, etc.

Sobre lo anterior, McLuhan (1994b), en su momento escribía que los mensajes visuales pueden adormecer la atención, puesto que cierran de golpe las puertas del juicio, el cual puede aceptar o rechazar lo que se le ofrece a la vista.

Respecto a lo escrito, se puede afirmar que las nuevas tecnologías, aplicaciones y dispositivos móviles, han ocasionado que cada vez más el individuo sea partícipe no sólo de los mensajes visuales dirigidos a grandes audiencias, sino de la interacción con otra y otras personas. Por tal razón, se ha convertido no sólo en un receptor, también en un operador de mensajes visuales.

Los efectos que se generan en el sujeto, en su papel de emisor o receptor de mensajes, dependen de diversos factores como la intención, la disposición, las circunstancias, el nivel cognoscitivo, para manipular los mensajes visuales y para entender el verdadero significado de los mismos.

Las alteraciones o cambios, como se considera aquí a los efectos, pueden ser negativos o positivos; entre los primeros está la dependencia, ansiedad, la mentira, el auto-engaño, entre otros; pero hay evidencias de que algunos mensajes visuales han modificado para bien la vida de algunas personas, a través de consejos, sugerencias para emprender un negocio, consejos de salud, estar en contacto con la familia o los amigos, la congregación de multitud de personas en contra de un régimen político, etc.

Por último, el comportamiento que muestran los jóvenes cuando navegan en el ciberespacio a través de sus teléfonos móviles o inteligentes se convierte en un observable, pues a través de este se pueden encontrar significaciones. Así mismo, que deja ver lo manifestado por McLuhan (1994c), en el sentido de que «el medio es el mensaje»; en otras palabras, el contenido de los teléfonos móviles debe ser tan fascinante para mantener ensimismados a los jóvenes durante horas.

3.2.2 Discurso visual en la cognición

EL discurso visual o mensajes visuales como se considera en este trabajo, mantienen una estrecha relación con la cognición, ya que cuando el individuo interpreta de manera pública o intersubjetivamente, muchos términos son a través de representaciones visuales.

Hablar del discurso visual es un acto comunicativo y, al mismo tiempo, implica un acto cognitivo, pues para hacer referencia a alguien o algo, se requiere de una serie de procesos mentales. Cada vez que el individuo se comunica con alguien más, hace uso de sus capacidades intelectuales, puesto que no sólo recurre a la memoria para aludir a una situación, un objeto, un fenómeno; también es pre-

ciso estructurar bien sus ideas para que el que lo escucha pueda entender lo que le comunica.

Haciendo alusión a Rolando García, sobre la asimilación y acomodación de información en la adquisición del conocimiento; de manera general, esta se da primero a través de la percepción de las cosas, integrándolas en un esquema ya formado. Conforme va teniendo contacto con nuevos objetos, el individuo organiza y coordina sus propias acciones, para generar nuevas significaciones, con carácter de asimilación que se van haciendo cada vez más complejas.

Sobre este tema, una propuesta propia la hace Eco (1997a), quien argumenta que para tratar de conocer un objeto (entidades con características perceptivas) y casos culturales como los números, un joven estudiante o un desempleado, se requiere del sentido de organización, mediante la construcción dentro de los límites y restricciones de la percepción, la cognición y la cultura.

El tipo cognitivo, como así lo llama Eco (1997b), es una cualidad que cada individuo tiene en la mente, a partir del cual reconoce un objeto, con el que ha

interactuado en algún momento. García, quien retoma a Piaget, habla precisamente de este conocimiento que se genera a partir del contacto diario con los objetos; pero Eco (1997c) sostiene que en esta relación se generan comportamientos, entendidos también como interpretantes del objeto y, los que sirven como indicadores de sentido; estos comportamientos, permiten construir por medio de su clasificación, una teoría semiótica que se identifica bajo el tipo cognitivo, como algo que orienta los actos interpretativos.

De esta manera, la cognición es un proceso para la adquisición del conocimiento, pero reflexionando, esta apropiación se delata en la producción e interpretación de signos o mensajes visuales. En dicha producción los jóvenes se valen de herramientas y funciones que otorgan los dispositivos móviles para la creación, el envío y la recepción de los mensajes. El análisis de las funciones y los elementos gráficos que conforman la interfaz de la aplicación *whatsapp*, dan cuenta de ello.

Aparte de la tarea física que se requiere para manipular el Smartphone y para emitir un mensaje, la producción de sig-

nos implica también comunicar algo. Con estas ideas y concordando con Eco, se mantiene la posición de que los jóvenes en dicho proceso de producción y en la interpretación de mensajes, aplican su conocimiento.

Reflexiones

Como lo revela IAB (*Interactive Advertising Bureau*) (Agencia de Publicidad Interactiva) (2016), el 98% de los usuarios son activos, es decir, crean y envían mensajes constantemente; estos datos muestran que los jóvenes cuentan con grandes capacidades mentales para generar mensajes, y como lo sugiere Corral (1998), también de habilidades cognitivas para utilizar las funciones de los dispositivos móviles, y los recursos de hardware y software que ofrece la internet.

La aplicación *whatsapp*, una de las *app*'s de mensajería instantánea más utilizadas en México, y las capturas de pantalla de las conversaciones funcionan como otro observable, pues en ellas se pueden examinar las habilidades de los jóvenes para manipular múltiples funciones con las que cuenta la *app* y otras aplicaciones externas que posibilitan que se creen, modifiquen y multipliquen los mensajes visuales en el ciberespacio.

3.2.3 Cognición en los jóvenes

La cognición también se hace presente al interpretar textos o mensajes visuales mediante procesos inferenciales. El uso y la interpretación (como parte esencial de la cognición), que hacen los jóvenes de los mensajes visuales, se refleja en las conversaciones. Esta parte de la investigación resulta por demás esencial, ya que como argumenta Eco (1992), para encontrar significación es necesario establecer la relación entre el medio (los mensajes) y la persona; para ello el registro digital obtenido del grupo de estudio servirá para dar respuesta a una de las variables planteadas, sobre las implicaciones cognitivas que tienen los mensajes visuales al momento de que los jóvenes los interpretan.

De este modo, se retoma a Eco (1997d), quien propone un tipo cognitivo que incluye dos dimensiones, el primero de ellos está compuesto de componentes informacionales, propios del sentido, es decir, de manera individual. La segunda está enfocada al grado de convencionalidad de dicha información, ya que cuando esta información se comunica a alguien más, se apega a los acuerdos ya establecidos en la sociedad.

El primer componente informacional de tipo perceptivo incorpora cualidades cromáti-

cas, de textura, estructurales, topológicas, de dimensión, etc., éste no se limita a lo visual, por supuesto, participan todos los demás sentidos.

Se está de acuerdo, tanto con Eco (1997c), como Habermas (1999a), que los fenómenos cognitivos nacen primero de forma intersubjetiva, pero adoptan un término genérico, al hacerlos públicos. Por ejemplo, las imágenes en diferentes estilos, esculturas o a través de descripciones verbales, son representantes de la interpretación del individuo, que son conocidos por la sociedad al momento de compartirlos; pero no solamente quedan expuestos a la vista de los demás, sino también a la crítica que puedan generar los mismos. Haciendo referencia a los mensajes visuales, al emitir el sujeto uno de estos en cualquiera de los sitios del ciberespacio social, queda expuesto a los comentarios de las personas que navegan en él.

En este sentido, el componente icónico, como también lo denomina Eco, engloba toda la información perceptiva del ser humano, y dependerá de las capacidades fisiológicas, mentales y de la realidad que se le presenta al individuo ante sus ojos.

Junto a la información perceptiva se adjuntan otros tipos como la información narrativa, proposicional y tímica, que forman parte de la primera dimensión de tipo cognitivo.

Todo objeto tiene una narrativa, pues no nace de la nada. Los mensajes visuales tienen un punto de partida, desde la idea del remitente, pasando por el texto escrito, si va acompañado de imágenes (crearlas o seleccionarlas), el envío del mensaje, la lectura por parte del destinatario, la respuesta del mismo, etc. Este tipo de información se complementa con los diversos usos que le dan los individuos de manera individual a un mismo objeto, dependiendo del conocimiento de la cultura en la que se inserta; pero también existen otros apoyos como los cuadros comunes o frames, que remiten a conocimientos sobre situaciones o circunstancias cotidianas, que son reconocidas por la mayoría de la gente; ver a alguien viendo la pantalla de un dispositivo móvil, da pie para pensar que está viendo el contenido del aparato, navegando en internet o escribiendo un mensaje, o bien, observar a una persona con un teléfono cerca de la oreja, lleva a pensar que está hablando con alguien más, independientemente de quien sea.

La parte narrativa, se poya en otros cuadros intertextuales que se encuentran en la

literatura, el teatro, la televisión o el cine, en el ciberespacio, y sirven para ampliar los esquemas narrativos. Estos medios dan a conocer o ayudan a reafirmar algunos códigos ya identificados por las personas en la vida cotidiana; de manera que cuando alguien recibe un mensaje con emoticonos, se da una idea de lo que significan, ya que en algún momento los vio en otra parte.

La información proposicional o *affordance*, está relacionada con las funciones que se le atribuyen a los objetos. Este tipo de información no es directamente perceptible y se infiere que tiene que ver más con la lógica; por ejemplo, utilizar la silla para sentarse y la mesa para poner los alimentos y no al revés; es decir, la manera en que una comunidad o grupo lo integra a otros elementos, bien por cuestiones perceptivas, narrativas o emocionales, incluye otros factores cognitivos, fisiológicos y culturales.

Finalmente el componente tímico, relacionado con las emociones, un ejemplo de este tipo es cuando alguien está viendo la pantalla de su smartphone y de pronto, sin razón aparente sonrío, es decir, la respuesta emocional se convierte en un interpretante durante un evento de interpretación.

De aquí en adelante Eco (1997d), hace una clasificación de la información con base en lo que ya se ha aprendido y lo que se va adquiriendo; sin embargo, no se considera necesario para este trabajo profundizar en ese tipo de ordenamiento, ya que si bien, resulta de gran utilidad saber cómo se reconoce un objeto y su integración a nuevos datos, es de mayor interés saber cómo se utiliza este conocimiento en los mensajes visuales. Puesto que en mayor o menor grado, el individuo ya posee un conocimiento, y diariamente, en su interrelación con los demás lo pone en práctica.

Hablando específicamente de los mensajes visuales en los diferentes sitios que ofrece el ciberespacio, el sujeto lo utiliza de diferentes formas, dependiendo de las inquietudes que tenga, si son de negocios, cuestiones académicas, trabajo, familiares, de entretenimiento; no es lo mismo elaborar un curriculum para solicitar un empleo, demostrar habilidades de transacción en la compra o venta de algo, manifestar las capacidades para elaborar un ensayo o un trabajo de investigación escolar, que elaborar un discurso en un diálogo de entretenimiento o en una plática familiar o de amigos.

No se pretende versar aquí sobre el concepto de inteligencia, ni tampoco es el fin de este trabajo, pues hablar de esta habilidad del individuo es muy complejo y, no hay duda de que personas con mucho más conocimiento en el tema ya lo han estudiado.

Como ya se dijo, es ver el uso que le dan los jóvenes a su conocimiento en los mensajes visuales a la hora de interpretarlos, uno de los primeros pasos que se considera pertinente, es recurrir a los diferentes sitios de interacción y explorar cuál o cuáles son los propósitos que los motiva a visitar estos espacios.

Entre los diferentes escenarios están los *chats*, que ofrecen una serie de salas con temas de amor, sexo, religión, economía, política, incluso de astrología, como se muestra en la Imagen 19.

Desde el año pasado en México, ya las redes sociales presentaban un porcentaje alto, la empresa AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) (2016), revela que el 77% de los jóvenes utiliza la internet para las redes sociales, por lo que a la mensajería instantánea corresponde el 68%. Otras fuentes como el Centro de Investigación de la Comunicación (CINCO) (2015 b), muestra que de los jóvenes en general, el 87% utiliza el internet para chatear (*Messenger, Whatsapp*); deduciendo con esto que el motivo de ser tan solicitadas, es por el hecho de permitir la interacción con las personas con las que ya se conoce, con otras con las que se puede socializar y, recordando a Gubern (2006c), para encontrar el amor o en palabras de los jóvenes, para ligar.

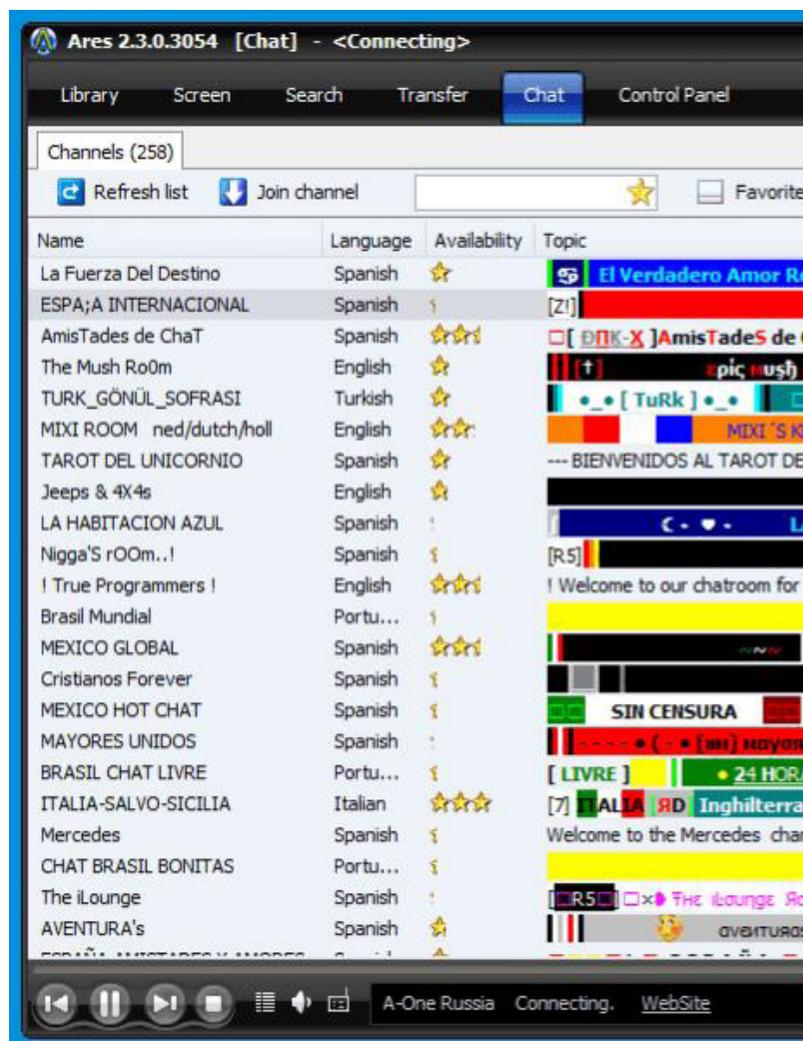


Imagen 19. Salas de chat en el sitio de Ares. Fuente: Internetdel.

Independientemente del tema que se toque, el individuo necesita ejecutar sus habilidades cognitivas para poder entenderse con su interlocutor. Además, la interpretación que haga del objeto o referente, no sólo dependerá de la interacción con él, también de la información que haya asimilado en la memoria, de tal manera que pueda comunicarlo a los demás a través de diferentes formas o técnicas. Esta forma de asimilación no se da de manera fortuita, pues como ya se mencionaba, entre los factores que intervienen están los de tipo biológico, como la capacidad perceptiva que posee el individuo y el grado neuronal para retener y comunicar la información, icónica, narrativa, proposicional y tímica a la que refiere Eco.

Cómo manifiestan García (2006b) y Eco (1997e), el conocimiento es un reconocimiento; el sujeto no parte de cero, ya posee una información de tipo cognitivo que le permite



reconocer al objeto o referente. La información que posea el individuo dependerá de varios agentes y circunstancias que lo rodean; de modo que, atendiendo a esto, una de las interrogantes es ¿Cómo el sujeto utiliza el conocimiento ya implícito en la creación y recepción de mensajes visuales?; es decir, el individuo al momento de generar o leer un mensaje, está poniendo en juego una serie de procesos mentales que tendrán implicación en su reconocimiento. Por ejemplo, cuando funge como remitente, al producir un mensaje, hace uso de argumentaciones para poder entenderse con su receptor. Si el que produce ese mensaje tiene un tipo cognitivo vasto, aunado a la información narrativa, proposicional y tímica; y una habilidad de

operación del computador o los dispositivos móviles como medios para comunicar, que no menciona Eco; seguramente, el discurso que escriba será más explícito y más claro, y las intenciones se verán reflejadas en el entendimiento inmediato del receptor, contrario a cuando el sujeto, posee un tipo cognitivo reducido y de poco alcance.

Pero el individuo, en el ciberespacio social, no sólo crea mensajes, IAB (2016), expone que 85% de los usuarios son pasivos, ya que participan de otros temas o conversaciones ya iniciadas por alguien más, y es aquí donde también demuestra su habilidad mental; si el sujeto no se deja llevar por la primera impresión, por comentarios faltos de reflexión, seguramente colaborará de manera más objetiva, con mensajes más acertados sobre el tema; de hecho, podrá refutar el tópico si no está de acuerdo, y también se verá reflejado en la manera de dirigirse a los demás, tendrá más flexibilidad para aceptar o cambiar su

posición si existen argumentos más convincentes. Por el contrario, si el tipo cognitivo y demás componentes que lo complementan son débiles, se dejará conducir sin resistencia, cayendo en los mismos errores que los sujetos que le anteceden. La misma situación se presentará con los que intervengan después, formando una cadena más extensa, de la cual será difícil liberarse. Sobre este asunto, en las líneas que siguen se presenta una conversación extraída de internet.

Rana Show, -simplemente se vengo el toro porque de seguro mato algunos de sus hermanos toros. chinguen a su madre todos los toreros. he dicho-.

Cristian Vit, -yo si lo festejo.....acaso hacen tanto escandalo cuando matan al toro ???..... muerte a todos lo que practican y participan este tipo de mtanza !!!!!-.

Claudia González, -Que buena noticia! Por fin la naturaleza hizo justicia!-.

El ejemplo de arriba es un diálogo que se obtuvo de *twitter*, donde el tema del que se habla es el fallecimiento de un torero español. Independientemente de la omisión de reglas gramaticales, el desarrollo de la situación lleva de antemano un punto de vista muy personal, el cual genera reacciones al hacerlo público; dichas respuestas son hechas por impulso y con una influencia de los mensajes de terceros. La frialdad con la que escriben los mensajes, dejan ver que pareciera que se habla de un objeto cualquiera y no de un ser humano, independientemente que sea respetable la posición que cada quien adopte al defender el derecho a la vida que también tienen los animales. Así mismo, el sujeto que emite el mensaje se pierde en el anonimato, pues muchas personas con el nombre de Claudia o Cristian, se pasean por el mundo.

Este tipo de situaciones llevan a reflexionar sobre las declaraciones que hace Habermas (1999b) con respecto a la racionalidad; se supone que alguien que tiene un mayor grado de racionalidad cognitivo, tiene también un mayor nivel de independencia y de autoafirmación de sus ideas, por lo que resulta curioso que se presenten este tipo de situaciones en las salas de *chat* y redes sociales, donde la opinión se deja arrastrar

por otros argumentos más persuasivos. Para continuar con lo dicho, se han acudido a algunos retos promovidos por algunos usuarios en la red, sobre todo por jóvenes.

En un artículo publicado por el periódico español “20 minutos” (2017), se menciona uno de los retos más peligrosos de las redes sociales. “La ballena azul”, un juego que consistía en 50 pruebas hasta alcanzar el suicidio.

El juego comenzó en Rusia y tuvo varios adeptos, al grado que cobró 100 víctimas en todo el mundo. El creador del juego Philipp Budeikin, quien fue encarcelado declaró en una entrevista que el objetivo principal era limpiar a la sociedad, y que los adolescentes que lograron su cometido murieron felices.

Según Noticias MVS (29 Enero 2016), el nuevo reto que circula en el ciberespacio es el llamado “*Duct Tape Challenge*”, un juego muy popular entre los adolescentes de Estados Unidos. El reto consiste en atar con cinta adhesiva a una persona. De este desafío un estudiante universitario resultó gravemente herido en el ojo y la cabeza al tratar de liberarse y golpearse con el marco de una ventana.

Publinews (13 Octubre 2016), en una de sus publicaciones, muestra otros retos, entre ellos “*Car surfing*”, surfear en carro. Consiste en viajar encima de un vehículo en movimiento. A veces, un coche es conducido por otra persona, pero hay casos de solo-*surf*. Pocos años atrás alcanzó popularidad, y dio lugar a numerosas muertes, causadas principalmente por lesiones en la cabeza.

Planking, consiste en acostarse boca abajo de manera rígida sobre cualquier superficie y que alguien tome una foto. El reto es tratar de “*plankear*” en el lugar más atrevido posible. En 2011, un joven de 20 años de edad, de Brisbane, Australia, cayó muerto después de “*plankear*” en un balcón del séptimo piso.

Gallon Smashing (romper galones). En 2013, tres adolescentes de Virginia, en Estados Unidos, publicaron vídeos en *YouTube* de ellos rompiendo galones de leche, de un modo que parece accidental, simulando dificultad para levantarse. La broma se hizo viral y

tuvo como resultado grandes daños en las tiendas, además de que algunos jóvenes fueron detenidos por la policía por mala conducta y destrucción de bienes.

Otro más es el *Salt and ice challenge* (desafío de sal y hielo), originado en 2103. Los adolescentes se ponían sal en la piel y luego presionaban con hielo durante el mayor tiempo posible, lo que provocaba numerosas lesiones de segundo y tercer grado.

Vodka eyeballing (vodka en el ojo). Una moda de 2010 que consistía en verter *vodka* en el ojo, con la creencia de que es una forma de emborracharse más rápido, lo cual se tradujo en lesiones oculares.

Desaparecer durante 12, 24 o 72 horas; *banana peel challenge*, retuiteado por 120 usuarios; el *choking game* (juego de la asfixia), que cobró la vida de un adolescente en Brasil; el reto de la canela, que consiste en tragarse una cucharada grande de canela en polvo, son sólo algunos de los retos que siguen generándose en las redes sociales.

Para confirmar el éxito que tienen estos retos, basta con ver la cantidad de visitas de los videos, grabados por sus amigos o por ellos mismos; solamente el reto de *Salt*

and ice, tenía hasta la fecha de consulta (30 de octubre de 2016), la cantidad de 3,955,744; *Gallon smash* con una número de 9,926,900 visitas. Los actos resultan curiosos, cómo es un mensaje puede ser tan disuasivo para que los jóvenes acepten tales retos, aun dándose cuenta de los peligrosos que representan.

El medio y el canal pueden ser un buen instrumento para su viralización, ya que el mensaje está expuesto, no para que lo vea una sola persona, sino para todo aquel que quiera reproducirlo.

Algunos de estos mensajes son a través de videos, otros más se difunden en las redes sociales. Los videos de este tipo generalmente son caseros, no tienen mucha producción, pero el reto ya está dado y es la chispa que enciende la mecha. Los jóvenes saben que imitar un acto de este tipo no es correcto, de hecho, aunque en ocasiones no miden totalmente los riesgos, si se percatan de las consecuencias que pueden provocar.

En esta lucha interior entre hacerlo y no hacerlo se crea un proceso que Festinger (1957) llama disonancia cognitiva (entre las acciones que se llevan a cabo y las opiniones y conocimientos que señalan una

acción diferente). Con relación al tema de interés, el individuo trata de resolverla bajo ciertos argumentos que el mismo produce para justificar su acto, -no soy el único que lo hace-, -mis amigos estarán orgullosos de mi-, -sólo es para probar-, -no pasa nada-, entre otras tantas justificaciones. Por otro lado, también sabe de los peligros a través de otros representantes; en la misma red del ciberespacio, los periódicos, alguna revista, o la televisión, le otorgan información que le advierten de los riesgos. La decisión que finalmente toman los jóvenes, depende de la valoración que le dé a cada uno de los elementos que entran en disonancia.

Después de la acción puede presentarse nuevamente la disonancia, al sentir culpa o arrepentimiento, si no se está convencido de que lo que se hizo fue lo correcto. Aquí también entran nuevos argumentos para disminuir la disonancia, con justificaciones como: -de todos modos no pasó nada-, -mis amigos deben estar orgullosos de mi valentía-, estoy vivo y eso es lo importante-, -me gané el reconocimiento de los que no creían en mí-, -soy más intrépido que otros-.

Aludiendo a Habermas, un ser racional no se deja llevar fácilmente por sus pasiones, muestra lucidez al tratar de juzgar imparcialmente la situación; lo cual lleva a cuestionarse sobre los ejemplos citados anteriormente, ¿se toman los jóvenes el tiempo suficiente para discurrir sobre todo



Imagen 20. Meme sobre los retos virales. Fuente: Internet

lo que implica aceptar un reto? o ¿lo hacen en un momento de irracionalidad?, ¿es que se nublan todos aquellos aspectos negativos que puede representar tomar un desafío difundido a través de los mensajes visuales en internet?. Sí así sucede, quiere decir que la información que se recibe para contrarrestar una mala decisión y, que al mismo tiempo, provoca la disonancia cognitiva, no es lo suficientemente fuerte para disuadir al sujeto.

Pero si el sujeto reconoce que la información que se le está proporcionando es para hacerlo recapacitar sobre sus acciones, está actuando racionalmente; contrario a que se le muestren los argumentos necesarios para hacerle ver su error y haga oídos sordos para continuar en su equívoco. Y esto lleva a deducir que la racionalidad no sólo se percibe a través de las manifestaciones que hace el individuo de manera oral o escrita, sino después de que reconsidera las cosas una vez que ha recibido información externa. La irracionalidad se ve en las acciones del individuo, cuando alguien intenta hacerle ver su error y, en vez de pensar las cosas, reacciona violentamente, de estos casos hay muchos en la vida diaria; pero relacionados con lo que ocupa este trabajo, se pueden traer a colación algunos comentarios que hacen entre los padres, refiriéndose a sus hijos cuando están pegados a la pantalla, viendo mensajes visuales.

«Cuando uno les llama la atención para que hagan su tarea o ayuden en los quehaceres de la casa, reaccionan molestos y responden que no los estén fastidiando». Contrario a esta reacción arrebatada, también puede generarse una reacción de indiferencia, de ignorar al Otro; por ejemplo, aquellos jóvenes que se la

pasan parados o sentados en la acera, inmersos en la pantalla, y cuando los padres intentan atraer su atención, simulan no escuchar y siguen en lo suyo.

La racionalidad también está en la reflexión sobre la propia intersubjetividad que hace el sujeto de sus actos cognitivos, y como estos pueden caer en la irracionalidad; sus manifestaciones práctico-morales y práctico-estéticas. Es decir, cuando el sujeto repara en que el tiempo que dedica a la navegación en el ciberespacio empieza a desplazar a otras actividades importantes para su vida, como el trabajo, el estudio, la dedicación a su familia, los amigos; y coloca su contraparte, los beneficios que le están produciendo sus largas horas pegado a la pantalla, revisando y enviando mensajes; puede poner en una balanza ambas partes y decidir cuál es más conveniente para mantener en armonía los aspectos que conforman su vida; los hay quienes en cambio, aun sabiendo del tiempo exagerado destinado a navegar, continúan con el mismo ritmo. Las reflexiones sobre este asunto tiene que ver con las cifras que muestran algunas empresas como CINCO (2015 b), sobre las horas que destinan los jóvenes en el ciberespacio, las cuales van de 6.1 diarias, entre

semana; a 8.1 horas diarias los fines de semana, distribuidas a lo largo del día; es decir, en horas que se supone, están en la escuela, en el trabajo o con la familia. Además, la navegación comienza desde las cinco de la mañana hasta altas horas de la madrugada.

En cuanto a la interacción en el ciberespacio, cuando se conoce a una persona en las redes sociales o el *chat*; no de manera física, sino a través de los significantes, los jóvenes pueden llevarse una sorpresa al no ser correspondidos como quisieran, lo que los lleva nuevamente a la disonancia cognitiva. Por un lado tratan de convencerse a sí mismos de que es un juego, y que es el precio que se paga por estar allí, pero por otro lado, sufren decepciones cuando se van dando cuenta de las inconsistencias de su interlocutor.

Pero también son remitentes, y cuando crean mensajes pueden estar mintiendo en la edad que tienen, dando descripciones de su persona que no corresponden o enviando mensajes ajenos a ellos, su conciencia puede decirles que está mal, pero su deseo de formar parte de este mundo de interacción, les hace buscar argumentos que debiliten la disonancia.

Estas posibilidades de mentir se dan sobre todo con personas que no se conocen; a diferencia de un familiar, un amigo, un compañero de trabajo que se ha visto cara a cara. Las oportunidades que da el ciberespacio para conocer personas es muy amplia, y eso se puede corroborar con la cantidad de contactos que los jóvenes llegan a acumular.

En una encuesta realizada a nivel mundial, por MTV y Nickelodeon, en asociación con Microsoft Digital Advertising (2007), el estudio reveló que los jóvenes de 8 a 24 años tienen al menos 86 amigos virtuales, a los cuales no conocen, 94 números de teléfono en la agenda celular, y unos 78 contactos en su lista de chateo diario.

Esto lleva a inferir que en la selección que hacen los jóvenes de sus contactos no hay un discernimiento claro, y los van añadiendo conforme se les presenta la situación; como el interlocutor es incierto, se dejan llevar por los significantes (fotografías manipuladas con la función de algunos programas de edición); en ocasiones, la autodefinición lleva a agrandar las cualidades y empuqueñecer los defectos, de manera que cuando el individuo se percata que su interlocutor

no llena sus expectativas, no le preocupa mucho, pues los sitios de interactividad se prestan para seguir interactuando con más personas e ir agregando a sus contactos. El individuo, en apariencia busca, sin saber en realidad que busca.

Como se ve en la muestra, los jóvenes muchas veces no conocen al referente. Tanto en las redes sociales, chat o mensajería instantánea, un significativo sirve para representarlos de manera virtual. En este sentido, el sujeto puede estar percibiendo la información de manera errónea, o atribuyendo significados al representamen que no le pertenecen. Estas atribuciones al significativo pueden agrandar las cualidades del referente e, incluso idealizarlos, al grado de no llevar a cabo inferencias claras, pues los elementos para realizar constataciones son mínimas.

A esta labor de agregar contactos desconocidos, el sujeto ha adoptado la tarea que tenían los especialistas en la época moderna en cuanto a la clasificación. La labor de los científicos no ha cesado, las clasificaciones sobre diferentes objetos, siguen su curso, y en el caso de las ya establecidas, se van agregando nuevos elementos, como en la tabla periódica.



Los jóvenes por su parte, se han atribuido la facultad para hacer su propia ordenación; en su estancia en las redes sociales no la instauran de manera física, no parten de las propiedades físicas del objeto, como lo hacían los expertos de antaño, sino a través de los significantes o la auto-descripción que hace su interlocutor, no se caracteriza por una

Imagen 21. Auto-descripción en redes sociales. Fuente: Internet

clasificación meticulosa, en *Facebook*, pues sólo es cuestión de seleccionar la palabra “me gusta”, “no me gusta”, no hay criterios claros para optar por una u otra; y entre más likes, obtenga el usuario, aparecerá con mayor popularidad en las redes sociales.

Los chats se dan en similares condiciones, en estos se confunden un gran número de usuarios representados por sobrenombres como chatea395, invitado654, loba78, cotorrita3978, entre muchos otros. Los usuarios se ocultan tras el nick que los representa para confesar sus más íntimos deseos. En este mundo de desconocidos, los usuarios entran y salen como en hoteles de paso, donde no es necesario esperar la llegada de la noche para pasar desapercibido. En estas salas llueven ideas de lo que supuestamente buscan los usuarios, para posteriormente llevar a alguien al privado, donde sin decir “agua va”, llega la pregunta inevitable, ¿cómo eres?, cuando la descripción no se ajusta a los gustos de la persona, como estatura, color de piel o estructura, inmediatamente es abandonado en la sala privada sin previo aviso; si por el contrario, el usuario muestra imágenes más prometedoras, la conversación sube de tono. No obstante,

los criterios para dar continuidad a la comunicación, no dejan de ser ambiguos y en ocasiones se dan por capricho.

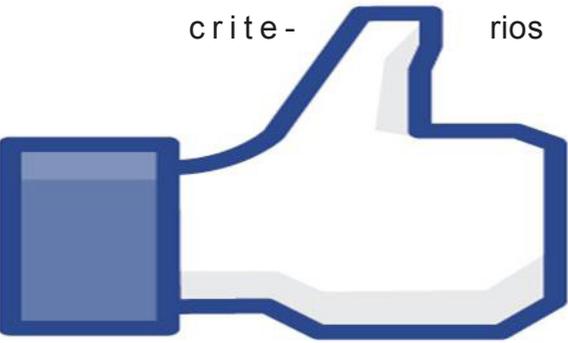
En aplicaciones de mensajería instantánea como *Whatsapp*, *Facebook Chat*, *Skype*, *Line*, *We Chat*, entre otros, la historia es la misma, los contactos son agregados después de haber iniciado interacción en otro de los sitios que ofrece el ciberespacio. Pero también aquí, existen opciones como: añadir favoritos, modificar contacto, bloquear contacto o eliminarlo; si el usuario ve el perfil de su interlocutor y no se siente atraído, lo suprime antes de agregarlo a su lista. Pero el mismo sujeto es categorizado y jerarquizado por alguien más, al grado que si no es del gusto del Otro, pronto se verá rechazado.

Reflexiones

De la misma forma que cuando los jóvenes producen mensajes visuales y hacen uso de su conocimiento, igualmente lo aplican cuando interpretan dichos mensajes; hay un esfuerzo mental para recordar información previa, que sirve para enlazar con la nueva y poder entender el mensaje. Esta práctica está vinculada con la pragmática estudiada por Morris; en el sentido del uso que le dan los jóve-

nes a los mensajes visuales y como los afecta en su comportamiento.

Un ejemplo de las implicaciones que tienen la interpretaciones de los mensajes visuales se puede ver en los criterios que usan los



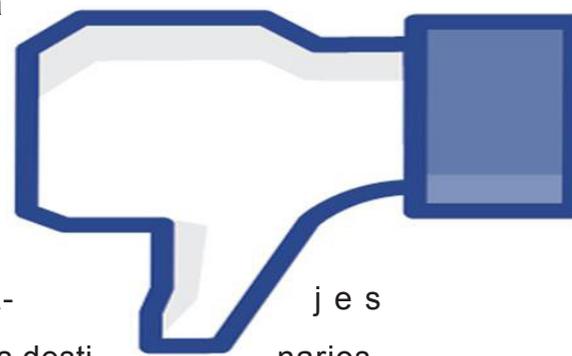
jóvenes en los sitios de interacción del ciberespacio, “me gusta”, “no me gusta”, para calificar o aceptar a un contacto;

Habermas los denominaría privatistas, dado que son muy personales, prevalecen las pasiones humanas, el capricho, o necesidades privadas, de modo que no son bien comprendidos por la colectividad. Es decir, en la sociedad existen normas que son aceptadas por la mayoría, acuerdos que sirven para regular la armonía entre los individuos; si todos se dejaran llevar solamente por el arrebatado, sin respaldar o explicar las manifestaciones o acciones, cualquiera podría decir, -golpeé a mi vecino porque me cae mal-, -tomé algo que no es mío simplemente porque me gustó-, -dije palabras ofensivas a alguien que pasaba porque me molestó como me miraba-, -invadí una propiedad privada porque se me antojó-, lo

cual iría en contra de la sociedad y de las reglas que la rigen para su bien común. Sin embargo, también es cierto que muchos sitios de interacción dan opciones muy limitadas al usuario,

De ahí que, la práctica comunicativa como acto cognitivo, se mida por la capacidad del sujeto para explicar con razones sus manifestaciones o emisiones en una situación dada. El grado de racionalidad de las emisiones o manifestaciones se mide por las reacciones internas que mantienen el contenido semántico, las condiciones de validez y las razones. Por ejemplo, si alguien manifiesta que sólo utiliza su teléfono móvil para hablar con la familia, puesto que ellos son lo más importante; pero se le pide que muestre su lista de contactos y resulta que quienes conforman su registro de contactos son desconocidos y al momento que se le confrontan los hechos no logra justificarlo. En otra

situación, si se le pregunta a alguien si suele mentir en los mensajes que envía a sus desti-



nes, j e s narios, arguyendo que nunca lo haría, y resulta que al revisar los mensajes evi-

dencian lo contrario, y no consigue dar una explicación válida; en los dos ejemplos citados hay una contradicción entre lo que se pretende hacer válido, las razones dadas y el contenido que muestra su aparato de comunicación. Pero también existe la posibilidad de que el sujeto, otorgue argumentos fundamentados del porqué predominan en su lista contactos desconocidos, o porqué mintió, y estaría actuando racionalmente.

No obstante la irracionalidad no es permanente, si así fuera, continuamente se caería en errores. Existen, claro, disonancias cognitivas todo el tiempo, pero el sujeto, busca la manera de atenuarlas. La irracionalidad tampoco se presenta como por arte de magia, otros agentes, biológicos, psicológicos y sociales intervienen para que estas disonancias o incoherencias cognitivas sean más o menos evidentes. Hay momentos en los que el sujeto actúa sin tomarse el tiempo suficiente para pensar de manera arbitraria y, cuando así sucede, no cuenta con los argumentos necesarios para justificar razonablemente sus manifestaciones o acciones.

Para terminar, todas estas manifestaciones de racionalidad e irracionalidad,

o interpretación individual que realizan los jóvenes, se pueden ver en las conversaciones (capturas de pantalla) de la aplicación *whatsapp* y en otros sitios de redes sociales.

3.2.4 Otras conexiones observables

3.2.4.1 Efectos del ciberespacio social

Hace algunos años, para aquellos que no tenían un ordenador, se pusieron de moda los ciber-cafés, lugares donde hay computadoras para buscar información o navegar en el ciberespacio, de manera que no resulta del todo desconocido el término, pues se liga con el uso de internet y las nuevas tecnologías. Últimamente la presencia de ordenadores en los hogares, escuelas y otros espacios, así como el incremento de dispositivos móviles ha ocasionado que más y más personas entren en interacción utilizando este medio. Su uso también ha elevado las especulaciones sobre los efectos que causa en los usuarios.

La palabra ciberespacio, extraída de una novela de Gibson, llamada *Neuromante*, está alejada del significado que se le da actualmente. Las interpretaciones sobre el ciberespacio están más cercanas a un mundo paralelo en el que se vive cotidianamente, un universo de información en

el que se puede transitar fácilmente. Para Leiner (1989), son recreaciones de nuestra relación con el mundo físico en un nuevo plano, no más, no menos. Otros más lo conciben como una representación y se concuerda con eso, algo intangible, que sirve para llevar a cabo diferentes actividades: escolares, de negocios, salud, viajes, placer y muchas otras.

El ciberespacio ofrece el hipertexto, el multimedia interactivo, los juegos de video, la realidad virtual, herramientas para facilitar el trabajo del usuario, programas, sistemas expertos, entre muchos otros servicios, que lleva cada vez más a la diversificación de usuarios.

Es un entorno donde se realizan diversas actividades, entre ellas, la apertura o concreción de negocios, la búsqueda de información con diferentes fines, la interacción entre personas cercanas y otras no tanto; un espacio a donde se trasladan las experiencias del mundo físico.

Los servicios que se encuentran en el ciberespacio no sólo son producto de las empresas, los mismos usuarios se han convertido en autores de sus propios contenidos de acuerdo a sus intereses.

Ante esta gama de servicios que ofrece el ciberespacio, el usuario, parece no poderse resistir a caer en sus redes, y es que así se le identifica a uno de los sistemas de distribución y organización, *-web (telaraña)-* que se hospeda en internet.

La cantidad de contenidos encontrados en el ciberespacio, hacen pensar a los más adeptos que son indicios de una democratización de la cultura. En el día internacional del internet, en la revista *Vértigo* (2015), el presidente de México, señaló que esta herramienta permite democratizar oportunidades, una plataforma de inclusión, innovación y desarrollo y también de libertad y democracia, que sirven para la libertad de pensamiento, de interacción y de información; los escépticos por su parte lo califican como algo decadente que ha contribuido al aumento del crimen organizado, la trata

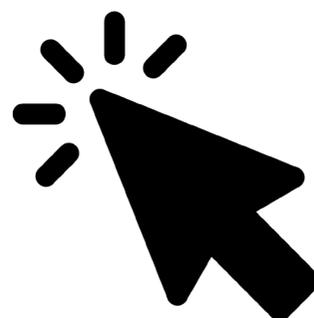
de personas, la pornografía infantil, la venta de armas, el robo de cuentas bancarias, el hurto de identidad, la falsificación, la extorsión, el sabotaje y la usurpación informáticos, el espionaje informático, la piratería comercial, etcétera.

Con respecto a esto, McLuhan (1994), alude que entre los efectos están las alteraciones de la percepción y la falta de resistencia. El hecho de ver tantas bondades, impide pensar que puede ser una herramienta que controla al individuo.

El uso de internet ya no sólo se lleva a cabo en los ordenadores, sino que es más frecuente el uso de dispositivos móviles, como los *smartphones* que han ganado mucho terreno en la actualidad y que permite múltiples funciones.

En una encuesta realizada en Colombia a 49,000 consumidores entre 16 y 44 años, por Deloitte (2015), se evidenció que un 71% de los entrevistados posee un teléfono inteligente. El 57% de las personas con menos de 24 años consultan su teléfono más de 50 veces en un día, mientras que solo un 37% con edad superior a 35 años afirmó consultar su equipo más de 50 veces en un día. Con estos resultados, las ideas de McLuhan parece que no están fuera de lugar, la repetitividad para revisar mensajes o checar si no ha llegado alguno, se ha vuelto algo mecánico.

De acuerdo con la experiencia de Carr (2011), la obtención inmediata y abundante de información tiene sus ventajas, como reservar un hotel, comprar un boleto de avión, hacer pagos, saludar a los amigos, bajar música, entre muchas otras cosas. Pero destaca que la facilidad para obtener información, provoca impaciencia; una impaciencia de la que uno mismo ha sido víctima, cuando se abre una página y esta tarda en mostrar la información, la desesperación entra en juego y se acude a otra página donde la información se visualice más rápido; pero también ir de página en página con un solo *click*, en ocasiones, hace perder el rumbo del propósito que se había fijado al principio.



En la misma encuesta realizada por Deloitte, también se reveló que un 49% ve su teléfono a los 5 minutos de haberse despertado, asimismo un 68% a los 15 minutos. Un 40% de las personas revisan su teléfono cinco minutos antes de irse a dormir, mientras que el 60% lo consulta 15 minutos antes de irse a su cama.

Los porcentajes presentados, aunque se refieren al teléfono móvil, resultan importantes, puesto que, últimamente, el 90% de los jóvenes posee un *smartphone*, que le permite navegar, interactuar en las redes sociales o mensajería instantánea.

Con respecto a las aplicaciones que permiten la socialización se encuentran las salas de *chat*, clasificadas por países, temas o preferencias. Entre estas pueden mencionarse, según Share-dum (2008), *chatear.com*, *chat de Terra*, *chat Yahoo*, *IRC Hispano*, *ya.com*, *vivir.com*, *chat.ozu*, *chat gratis.net*, *tuwebchat*.

Mientras que en un estudio sobre el consumo de las redes sociales, IAB¹³ (2015), aparece en orden de preferencia, *Youtube*, *Twitter*, *Google*, *Instagram*, *Hi 5*, *Myspace*, *Ask.fm*, *LinkedIn*, *Taringa*, *Pin-*

terest, *Badoo*, donde los sujetos se van integrando por intereses o por ser conocidos de otros.

La misma empresa proporciona información sobre las aplicaciones de mensajería instantánea como: *Facebook Messenger* en primer lugar con 81%, seguido de *Whatsapp* con el 80%, *Skype* 26%, *Line* 8%, *Google Hangouts* 6%, *Telegram* 5%, *Viber* 4% y *Relay* con el 1%. Dichas aplicaciones sirven como el nombre que las engloba, para enviar y recibir información al instante.

Otra de las particularidades que se puede destacar es que, a diferencia del espacio físico, caracterizado por los lugares, donde hay: una iglesia, un parque, una plaza, un monumento, un pueblo, etc.; el ciberespacio está ordenado por sitios dedicados a un tema en particular o un propósito. Están los sitios de noticias, juegos, foros, servicios de correo electrónico, bolsa de valores, medio ambiente, comunidades religiosas y una serie de sitios más.

Los usuarios pueden diseñar y mantener sus propios sitios e invitar a otros a visitarlos. En estos sitios de socialización, si el sujeto no se integra a los blogs, salas

de chat o mensajería instantánea, puede pasar desapercibido. De ahí que la necesidad de no sentirse excluido y no perderse de lo que está sucediendo en el mundo, hace que el individuo sea parte de todo este universo, en apariencia fascinante. Este mismo deslumbramiento por todo lo que se encuentra en el ciberespacio, puede hacer que el individuo se extravíe y pierda la noción de que se encuentra transitando en un mundo virtual y momentáneo.

El hecho de pasar más de siete horas al día, conectados a la red, puede ocasionar que el individuo olvide que el ciberespacio sólo es una representación y que hay una realidad de la cual forma parte. Los estudios que se han llevado a cabo por diversas instituciones revelan también que las largas horas en el ciberespacio llevan al sujeto a reducir el círculo y actividad social con las demás personas así como su bienestar psicológico.

El estrés producido por lo paulatino que en ocasiones puede llegar a ser el servicio, o la costumbre de estar todo el tiempo conectado, gracias a los dispositivos móviles, y la ubicuidad que ofrecen, están entre los efectos del ciberespacio;

además de la impaciencia por saltar de página en página sin reparar en la información que se consulta, junto con la inmensa cantidad de información al servicio del usuario, puede llevarlo a navegar sin rumbo y sin sentido.

Para aquellos que tienen bien claros sus propósitos al transitar en el ciberespacio, pueden obtener grandes beneficios, como la creación de empresas o apoyo para el trabajo en diversas áreas, (médicas, administrativas, sociales, artísticas, entre muchas otras, la investigación); incluso la socialización con otras personas para la obtención o recomendaciones de empleo.

En cuanto a las aplicaciones, The Competitive Intelligence Unit (2014), expone que en México *Whatsapp* es una de las más solicitadas por los usuarios, con el 85%, por ofrecer funciones de llamadas, envío de mensajes, imágenes, fotografías, música, y porque se supone que los contactos son personas conocidas, lo que da pauta para una comunicación más segura. En esta y otras aplicaciones similares, se observa al usuario, revisando constantemente y con ansia una y otra vez, incluso antes de que la aplicación dé el aviso de la recepción de un mensaje.

3.2.4.2 Efectos en los jóvenes

En secciones anteriores ya se ha manifestado el concepto de efectos, por lo que para entender su relación con los jóvenes, es conveniente indagar acerca de estos últimos. Los que utilizan la internet para navegar en el ciberespacio abarca desde niños hasta adultos mayores, no obstante hay un sector que más hace uso de esta herramienta, los jóvenes; razón por la cual y dado que representan el caso de estudio de este trabajo, se considera necesario ahondar en el empleo que le dan, para detectar los efectos que causa en ellos.

Los especialistas que han intentado definir a la juventud, argumentan que es difícil dar un concepto seguro. Algunas definiciones todavía relacionan a los jóvenes con la etapa de rebeldía y la confusión; el grupo con falta de objetivos o quienes son el futuro de un país.

Las mismas instituciones utilizan de manera ambigua el concepto de juventud. En México, se utiliza de la misma forma: adolescente, menor o joven, considerando el límite inferior entre los 12 o 15 años, y el superior hasta los 25 o 29 años. La delimitación de la juventud resulta un tanto arbitraria, pues

incluso la ONU, tiene la propia, al declarar jóvenes a los que están entre 15 y 25 años.

La CEPAL toma en cuenta ciertos criterios, como el límite inferior a partir del desarrollo de la función sexual y reproductiva; mientras que en el límite superior, establece la conclusión del ciclo educativo formal, su ingreso al mercado laboral y la formación del hogar de manera independiente. Es decir, la edad que va de los 10 a los 29 años.

El estudio sobre la juventud que hace Corral (1998b), considerando la etapa de los 17 a los 24 años, un periodo de transición en que la capacidad mental cognitiva y de tipo cuantitativo, se considera, está en su apogeo, dando paso poco a poco a un pensamiento dialéctico, es de gran valía, dado que este trabajo se centra en los efectos que causan los discursos visuales en la cognición de los jóvenes.

El período considerado por Corral es muy cercano a los estratos fijados por el INEGI (2010a), jóvenes entre los 15 y 24 años que son los que interesan para la muestra de este estudio. Lo anterior tiene relación con la encuesta que realizó IBBY (*International Board on Books for Young*

*People*¹⁴) y Banamex (2015a), donde revela que el 90% de los jóvenes disponen de un smartphone de uso personal que les permite entrar a internet. Agrega que los jóvenes pasan 6.1 horas al día conectados, mientras que los fines de semana aumenta a 8.1 horas. El 52% usa internet mientras hace la tarea, 5 de cada 10 jóvenes lo utilizan mientras ven televisión, el 94.7%, utiliza el teléfono para enviar y recibir mensajes.

Los efectos o cambios generados en los jóvenes al navegar en el ciberespacio parecieran no ser de importancia. Anteriormente se veía a los jóvenes cambiando los canales de televisión constantemente y en algún momento, eso se volvió una costumbre; lo mismo sucedió con los juegos de video, donde los adolescentes y jóvenes se pasaban horas jugando, sin que esto se viera como algo que pudiera afectar en su vida diaria. Actualmente la atención no se concentra sólo en los juegos o en la televisión, el interés se fija en varios medios al mismo tiempo, como se menciona líneas arriba.

Así mismo, pareciera que los jóvenes no pueden vivir sin estar conectados; olvidar el celular, no es cualquier cosa. Según Mitofsky (2013) el 55% prefiere

regresar por él a su casa; incluso, el 7% dice que jamás lo olvidaría. El 74% duerme junto a él, 68% cuando va al cine, mientras que el 48% lo lleva al baño. El 35% lo pone en la mesa, cuando se sienta a comer.

La persistencia del uso de todo lo que ofrece el ciberespacio puede ser evidencia de la absorción que este ocasiona y el descuido hacia sus otras actividades. Para los padres está volviéndose algo común; se escucha comentar con sus vecinos o conocidos la costumbre que están adquiriendo sus hijos de pasar la mayor parte del tiempo viendo la pantalla del celular, o la reacción de molestia que tienen cuando les llaman la atención. Sin embargo, ellos mismos los disculpan, argumentando que son jóvenes y tienen derecho a divertirse. Aunado a esto, entre los efectos, está la disminución en el contacto personal con la familia. Si ambos padres trabajan, las horas que ven a sus hijos son reducidas y el poco tiempo disponible, no se destina a conversar sobre los problemas del núcleo familiar, ya que cada quien está en lo suyo. Esto puede llevar a los jóvenes a concertar citas o reuniones con desconocidos en la internet, en el intento de compartir sus problemáticas con alguien más, lo que les puede resultar contraproducente.

Por otro lado, está el gasto que ocasiona tener un smartphone con internet, que les cuesta alrededor de \$200.00 mensuales. Si se toma en cuenta que, de acuerdo con el INEGI (2010b), de los jóvenes (ubicados en Ecatepec) de 15 y 19 años, sólo el 23% trabaja; y de los 20 a los 24 años, sólo el 57% tiene un empleo; en la mitad de los casos, el gasto recae en los padres de familia.

Los jóvenes con un nivel académico más alto parecen los menos afectados negativamente y le dan otros usos al internet. Con base en un informe de IBBY y BANAMEX (Banco Nacional de México) (2015b), el 90% lo utiliza para el trabajo o la escuela, 68% para investigación de temas de interés y el 60% para ver las noticias más recientes; mientras que la mayoría lo usa para la comunicación interpersonal y convivencia en redes sociales.

3.3 Procedimiento

Las semiótica, en concordancia con Eco (2000a), es una disciplina que se inserta desde la zoosemiótica, la paralingüística, la semiótica médica, la cinésica, proxémica, los sistemas musicales. También se considera en la comunicación visual: los diagramas, códigos de señales de circulación, la fotografía, la pintura, la arquitectura y el lenguaje de los objetos. De la misma manera, las gramáticas narrativas, dentro de las que se encuentran los estudios etnográficos; la retórica, la estética y la hermenéutica, entre otros. Aunque el mismo Eco (2000b), reconoce la semiótica no domina todo (o casi todos los terrenos), sino que utiliza sus propias modalidades para tratar semióticamente los fenómenos que se presentan en la vida cotidiana. La etnografía, entonces, como parte de la semiótica, es de gran utilidad para la investigación en curso, pues a través de ella se pueden interpretar signos, inferir eventos, costumbres y comportamientos.

La teoría semántica de Eco (2000c), no se contradice con Habermas (1997b), pues ambos coinciden que el acto comunicativo es un acto cognitivo; el primero de ellos, se enfoca más en la adquisición del conocimiento, y manifiesta que cuando el sujeto se refiere a algo, realiza actividades propias de la cognición; mientras el segundo, se

preocupa por el uso que el individuo hace del conocimiento, y lo relaciona con la racionalidad, la cual, forzosamente implica un saber. Ambos autores coinciden también en que la información que obtiene el sujeto del mundo, primero es individual y después colectiva. Se hace pública cuando se comparte con los demás, y se sujeta a críticas por el mismo motivo.

Apoyado en las deliberaciones de Eco, el reconocimiento sobre algo no se logra totalmente, si el sujeto posee un tipo cognitivo escaso, y si la información narrativa, proposicional y tímica es insuficiente; no olvidando los factores biológicos, psicológicos y sociales. Sustentado en los pensamientos de Habermas, si el sujeto no justifica con razones lo que manifiesta (verbal o visualmente) ó en sus acciones, se producen incoherencias o inconsistencias; lo cual lleva a concluir que los jóvenes no sólo necesitan de sus capacidades intelectuales para crear, enviar y recibir mensajes visuales, sino también debe haber argumentos razonables de cómo, para qué y por qué los usan.

Las reflexiones sobre la actividad cognitiva que realiza el individuo al elaborar mensajes y ser destinatario de los mismos, con signos propios de la semántica;

así como la teoría crítica de Habermas; lleva a inferir que se requiere para el análisis y desarrollo de la metodología, del contenido semántico (mensajes visuales); y de la observación directa del individuo, en su actividad diaria con los dispositivos que le sirven para entrar al ciberespacio.

De ahí que, los mensajes visuales de *whatsapp* servirán como elemento de análisis para complementar la investigación, aunque pueden ser útiles materiales de otros sitios de interacción como *Facebook, Messenger, Twitter, Skype, Instagram, blogs*, salas de *chat* o mensajería instantánea.

3.3.1 Metodología I. Efectos del discursos visual

El comportamiento que muestran los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil, se vuelve un interpretante, puesto que a través de la observación de estos se pueden inferir o encontrar significaciones de los efectos que producen los mensajes visuales.

Objetivo: Registrar la conducta del ensismamiento de los jóvenes con el teléfono móvil, para evaluar sus efectos en la cognición.

Después de hacer un mapeo de los lugares físicos y de encuentro, para la recopilación de la información visual se decidió elegir, de primera instancia, la plaza municipal de Ecatepec de Morelos, ya que es un lugar de reunión, tanto de jóvenes como de adultos y niños. En este sitio se ubican las oficinas principales de servicios administrativos del municipio, por lo que hay una mayor vigilancia. Así mismo, a su alrededor están instaladas siete escuelas de nivel técnico y bachillerato, además de dos universidades, un Centro Cultural, una iglesia y una Catedral. Los jardines, servicios de fotocopiado, papelerías y otros servicios como locales y puestos de comida rápida posibilitan la concentración de jóvenes de la edad estimada en la investigación.

De la misma manera, debido al tráfico vehicular que se genera en la zona de estudio, el transporte público se detectó como otro de los espacios donde los jóvenes hacen uso continuo del teléfono móvil, por lo que se determinó capturar las imágenes también en estos lugares, como parte de la evidencia.

El horario se acotó entre 14:00 y las 16:00 hrs., ya que es el periodo del día en que los alumnos salen de las escuelas y entran al turno de la tarde.

El seguimiento es de lunes a viernes, que son los días en que los alumnos presentan actividad escolar. La duración es de dos semanas, ya que de manera espontánea se han presenciado situaciones o eventos inesperados en los lugares seleccionados, que servirán como un conocimiento previo del fenómeno que se pretende estudiar.

Apoiado en Patton (2000), quien manifiesta que los números no siempre son significati- vos, ya que lo que se pretende es describir y destacar son las características principales de la conducta de los jóvenes en su entorno cotidiano cuando hacen uso del teléfono móvil. El muestreo parte de la edad de los jóvenes estimada para el estudio, además de los lugares donde más se reúnen y donde pasan mayor tiempo de ocio; para posteriormente recurrir a la fórmula de Slovin para facilitar la recopilación de los datos de la investigación.

Con base en las propuestas de Buendía, Colas y Hernández ((1998), el diseño ob- servacional es secuencial, clasificado como de caso único y de seguimiento, está

técnica permite registrar la frecuencia de la conducta, el orden en que aparece y el tiempo.

El tiempo general estimado para la observación es de dos horas, destinando 10 minutos para cada sujeto de observación; este último se fracciona en intervalos de 2 minutos, con el fin de tener mayor certeza en los resultados.

Para complementar el procedimiento y sustentar lo anterior, se obtendrán imágenes fotográficas de los eventos presenciados.

3.3.2 Metodología II. Los mensajes visuales en la cognición de los jóvenes

Tanto las funciones que ofrecen los dispositivos móviles, como las aplicaciones o app's de la internet, representan herramientas que ayudan a los jóvenes a producir y modificar los mensajes visuales en el ciberespacio social, los cuales reflejan también las habilidades físicas e intelectuales al momento de su empleo.

Objetivo: Analizar capturas de pantalla de la aplicación whatsapp para desvelar los efectos en la cognición de los jóvenes, al momento de producir e interpretar mensajes visuales.

Para el desarrollo del análisis se parte de la semiótica, con derivación en la sintáctica, semántica y pragmática, plasmadas en los códigos icónicos, iconográficos y retóricos propuestos por Eco (2000d).

Muestra:

Mediante la fórmula de Slovin, se tienen

$$n=N/(1+Ne^2)$$

n=muestra

N= Población

e=margen de error

n=

N=307,275 jóvenes de entre 15 y 24 años

e=margen de error (.10)

Nivel de confiabilidad=90%

$$n= 307,2075 / (1+307,275 * .10^2)$$

$$n=99.99967$$

Tamaño muestra para el desarrollo de la investigación es de 100 capturas de pantalla de *whatsapp* para su análisis.

Las capturas de pantalla son obtenidas de las conversaciones en la aplicación *whatsapp* de jóvenes de entre 15 y 24 años, de Ecatepec, Estado de México.

3.4 Diseño y aplicación de instrumentos de investigación

3.4.1 Modelo de procedimiento I

Unidades de análisis	Muestra	Códigos de ética	Técnicas	Tipo de análisis	Ubicación del in-
Jóvenes entre 15-24 años.	<p>Fórmula Slovin $n=N/(1+Ne^2)$</p> <p>n=muestra N= Población e=margen de error n= N=307,275 jóvenes de entre 15 y 24 años e=margen de error (.10) Nivel de confiabilidad=90%</p> <p>$n= 307,2075 / (1+307,275 * .10^2)$ n=99.99967</p>	<p>La información será tratada de manera confidencial, no asentando nombres para conservar el anonimato.</p>	<p>Observación directa (secuenciales de caso único y de seguimiento) Buendía, Colas y Hernández (1998).</p>	<p>Etnografía interpretativa Ayuda a generar descripciones de las conductas humanas. Eco (2000), Mediante inferencias permite un análisis de las conductas observables y ocultas en el ambiente cultural del sujeto observado.</p>	<p>No participante El investigador sólo presencia los acontecimientos, sin pretensión de vínculos de ningún tipo.</p>

Tabla 5. Metodología I. Nicanor. 2017.

3.4.2 Modelo de procedimiento II

Unidades de análisis	Muestra	Códigos de ética	Técnicas	Tipo de análisis	Ubicación del
Jóvenes entre 15-24 años	<p>Fórmula Slovin $n=N/(1+Ne^2)$</p> <p>n=muestra N= Población e=margen de error n= N=307,275 jóvenes de entre 15 y 24 años e=margen de error (.10) Nivel de confiabilidad=90%</p> <p>$n= 307,2075 / (1+307,275 * .10^2)$ n=99.99967</p>	<p>La información visual obtenida mantendrá la privacidad de los participantes, solicitando sólo datos generales, jóvenes de la edad estimada en la investigación, hombre o mujer.</p>	<p>Semiótica. La estructura ausente, Eco (2015).</p>	<p>Códigos visuales y retóricos.</p>	<p>Interpretación mediante la abducción, del mensaje visual como tal, de la intención del emisor y de la interpretación del receptor.</p>

Tabla 6. Metodología II. Nicanor.2017.

3.4.3 Diseño I, de registro observacion



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
DOCTORADO EN DISEÑO



Objetivo: Registrar la permanencia de la conducta de ensimismamiento en los jóvenes con el teléfono móvil, para evaluar sus efectos en la cognición.

Edad: jóvenes entre 15 y 25 años

Fecha:

Conducta: Ensimismamiento

No.	Tiempo		Género		Situación	Conducta duradera		Conducta momentánea	Frecuencia			Resultados
	Inicio	Término	H	M		A) Atiende su teléfono sin prestar atención al Otro y lo Otro.	B) Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo.		A	B	C	
Sujeto 1	14:00 hrs.	14:02 hrs.			Condiciones o eventos relacionados con el sujeto observado.							
	14:02 hrs.	14:04 hrs.										
	14:04 hrs.	14:06 hrs.										
	14:06 hrs.	14:08 hrs.										
	14:09 hrs.	14:10 hrs.										

Tabla 7. Formulario para registro de la observación. Nicanor. 2107.

3.4.4 Diseño de análisis II, de pantalla.de pantalla.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE INGENIERÍA
DOCTORADO EN DISEÑO



Objetivo: Analizar capturas de pantalla de la aplicación *whatsapp* para desvelar los efectos en la cognición de los jóvenes, al momento de producir e interpretar mensajes visuales.

Edad: jóvenes entre 15 y 24 años

Fecha:

Modelo de análisis: Códigos visuales y retóricos.

Screen shot	Datos generales				Códigos icónicos	Códigos iconográficos	Códigos retóricos			Interdiscursos				
	Soporte	Género	Discurso	Tópico o tema			Retórica de adjunción		Retórica de Supresión		Sustitución	E	R	Status
							Identidad y repetición	Acumulación	Por antítesis	Tautología	Prosopopeya	Núm.	Núm.	Texto-imagen

Tabla 8. Modelo para el análisis de capturas de pantalla de *whatsapp*.

3.5 Análisis de resultados, gráficas e interpretación de los resultados.

3.5.1 Metodología I

En este apartado se describen e interpretan los datos recopilados, con base en la metodología descrita en la sección 3.5. De primera instancia se describe el proceso que se siguió para la recopilación de los datos; posteriormente se justifica el uso del software utilizado para la adquisición de los resultados.

Se utilizaron 100 copias de registro de observación de forma impresa. El registro se

lugar de observación era menos frecuente, lo cual no obstaculizó el objetivo del trabajo, realizado en doce sesiones.

El software empleado para la producción de los resultados fue el SPSS, *Statistical Package for the Social Sciences* (Paquete estadístico para las Ciencias Sociales); utilizado en diferentes disciplinas, entre ellas la psicología y la pedagogía, para clasificar a los sujetos de estudio; también para analizar comportamientos y generar gráficos de distribuciones y estadísticos descriptivos y de análisis, desde los más sencillos hasta los más complejos.

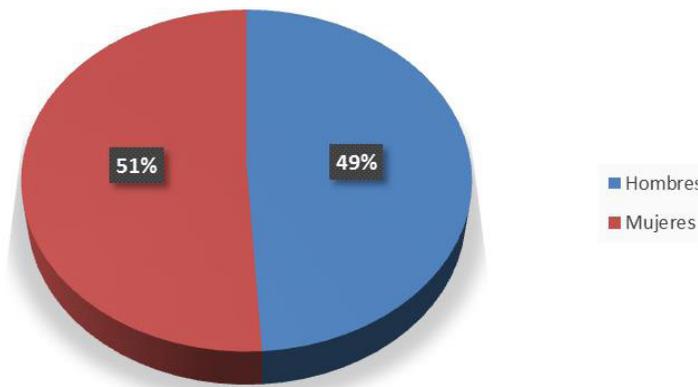
Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	49	49	49	49
	Mujer	51	51	51	100
	Total	100	100	100	

Tabla 9. Mujeres y hombres observados, haciendo uso del teléfono móvil.

hizo de manera personal, para asegurar la veracidad de las notas. Puesto que lo que se pretende es confirmar el ensimismamiento de los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil, no fue necesario llevar una secuencia ininterrumpida en las sesiones de registro. El clima fue un factor que influyó en la cantidad de sujetos observados en un día, ya que cuando estaba nublado, la presencia de los jóvenes en el

Aunque se consideró la edad estimada para seleccionar a los jóvenes observados, entre 15-24 años, la elección del género se hizo de manera aleatoria. Los resultados muestran en la gráfica 3, que el mayor porcentaje de los jóvenes captados haciendo uso del teléfono móvil lo conforman las mujeres con el 51%, en tanto los hombres con el 49%, sólo con dos números de diferencia.

Hombres y mujeres observados



Gráfica 3. Porcentaje de mujeres y hombres observados, haciendo uso del teléfono móvil.

Conducta		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	234	67	67	67
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	81	23	23	23
	Habla por teléfono.	33	10	100	100
	Total	348	100	100	

Tabla 10. Conductas duraderas observadas válidas en hombres y mujeres.

En la gráfica 4, de los 100 jóvenes (mujeres y hombres) observados, el mayor porcentaje, con el 67% lo ocupan aquellos que se abstraieron más, cuando usaron su teléfono móvil. En segundo lugar, con el 23%, aquellos que atendieron su teléfono móvil y contestaron a quienes los acompañan en ese momento. El 10% lo cubren los que interrumpieron su vista en el smartphone y aprovecharon para hacer alguna llamada telefónica, donde se presenciaron tres conductas momentáneas: contestaron con el teléfono cerca de la oreja, con el teléfono cerca de la boca, o con el el manos libres¹⁶.

Conductas duraderas válidas en hombres y mujeres



Gráfica 4. Porcentaje de conductas duraderas válidas en mujeres y hombres.

Conducta Duradera	Mujeres
Vista fija en el teléfono sin prestar atención al Otro ni a lo Otro.	111
Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo.	51
Habla por teléfono.	14
Total	176

Tabla 11. Conductas duraderas observadas en mujeres. Nicanor. 2017.

En la gráfica 5 se expone la frecuencia de conductas duraderas por género. Las mujeres que fijaron su vista en el teléfono sin prestar atención al Otro y lo Otro, representan el 63%; aquellas jóvenes que mantuvieron su atención en el teléfono y, al mismo tiempo, contestaban a su acompañante, abarcan un 29%. Por último, el 8% de las mujeres que llamaban por teléfono, antes, durante o después de las dos actividades anteriores.

Conductas duraderas-mujeres

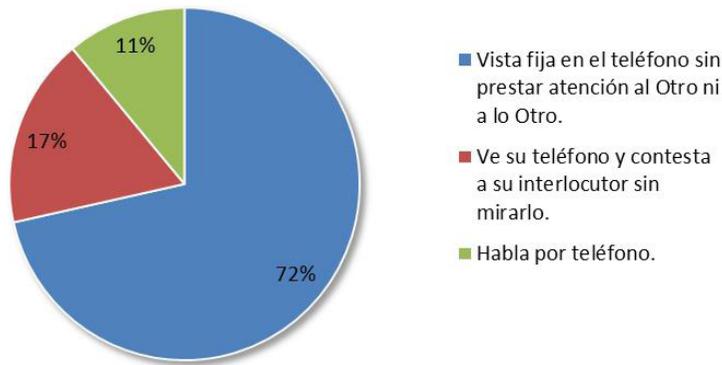


Gráfica 5. Porcentaje de conductas duraderas observadas en mujeres.

Conducta duradera	Hombres
Vista fija en el teléfono sin prestar atención al Otro ni a lo Otro.	123
Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo.	30
Habla por teléfono.	19
Total	172

Tabla 12. Conductas duraderas observadas en hombres. Nicanor. 2017.

Conducta duradera-hombres



Gráfica 6. Porcentaje de conductas duraderas observadas en mujeres.

La gráfica 6 muestra que el 72% de los hombres estuvo absorto cuando fijaba su vista en el teléfono móvil. El

llamar a alguien, antes, durante o después de las dos actividades anteriores.

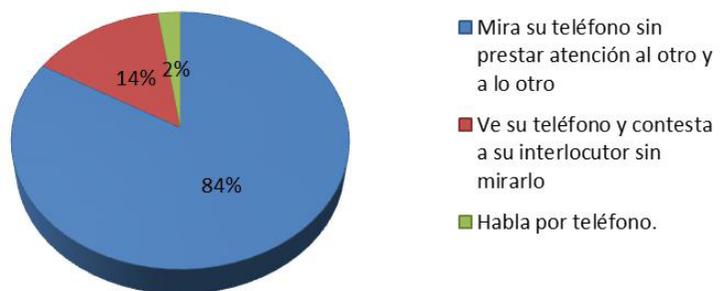
La frecuencia de conductas duraderas en los dos primeros minutos se muestra en la gráfica 7. Con el 84%, prevalecen aquellos que fijaron su vista en el teléfono móvil sin prestar atención al Otro y a lo Otro; los que atendieron al mismo tiempo el teléfono y a su acompañante, conservan el 14%, y en menor porcentaje; con el 2%, aquellos que llamaron por teléfono en el lapso dedicado a la observación de la conducta a asentar.

Conducta Duradera 1					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	71	71	83.5	83.5
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	12	12	14.1	97.6
	Habla por teléfono.	2	2	2.4	100
	Total	85	85	100	
Perdidos	Sistema	15	15		
Total		100	100		

Tabla 13. Frecuencia de conductas duraderas durante los primeros 2 minutos. Nicanor. 2017.

17% lo ocupan los jóvenes que distribuyeron su atención entre la vista fija en el teléfono y dando respuesta a la persona que los acompaña. El 11% de los jóvenes observados, utilizó el teléfono para

Conducta duradera 1



Gráfica 7. Porcentajes de conductas duraderas durante los primeros 2 minutos.

Conducta Duradera 2					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	50	50	65.8	65.8
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	19	19	25	90.8
	Habla por teléfono.	7	7	9.2	100
	Total	76	76	100	
Perdidos	Sistema	24	24		
Total		100	100		

Tabla 14. Frecuencia de conductas duraderas, minuto 2-4. Nicanor. 2017.



Gráfica 8. Porcentajes de conductas duraderas, minuto 2-4.

La gráfica 8 muestra la frecuencia de conductas duraderas del minuto dos al minuto cuatro. En este segundo periodo, el 66%, de los jóvenes fijaron su vista en el teléfono móvil sin prestar atención al Otro y a lo Otro; los que atendieron al mismo tiempo el teléfono y a su acompañante, cubren el 25%; con el 9%, los que llamaron por teléfono en la fase destinada para la observación de la conducta a registrar.

Conducta Duradera 3					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	50	50	73.5	73.5
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	13	13	19.1	92.6
	Habla por teléfono.	5	5	7.4	100
	Total	68	68	100	
Perdidos	Sistema	32	32		
Total		100	100		

Tabla 15. Frecuencia de conductas duraderas, minuto 4-6. Nicanor. 2017.



Gráfica 9. Porcentaje de conductas duraderas, minuto 4-6.

La frecuencia de conductas duraderas del minuto cuatro al minuto seis se visualiza en la gráfica 9. En este tercer intervalo, el 74%, de los jóvenes fijaron su vista en el teléfono móvil sin prestar atención

Conducta Duradera 4					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	29	29	53.7	53.7
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	14	14	25.9	79.6
	Habla por teléfono.	11	11	20.4	100
	Total	54	54	100	
Perdidos	Sistema	46	46		
Total		100	100		

Tabla 16. Frecuencia de conductas duradera, minuto 6-8. Nicanor. 2017.

al Otro y a lo Otro; los que atendieron al mismo tiempo el teléfono y a su acompañante, cubren el 19%; la tasa más baja se nota en el 7%, de aquellos que llamaron por teléfono en el tiempo designado para la observación de las conductas a registrar.



Gráfica 10. Porcentajes de conductas duraderas, minuto 6-8.

Conducta Duradera 5					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	23	23	59	59
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	10	10	25.6	84.6
	Habla por teléfono.	6	6	15.4	100
	Total	39	39	100	
Perdidos	Sistema	61	61		
Total		100	100		

Tabla 17. Frecuencia de conductas duradera, minuto 8-10. Nicanor. 2017.

En la gráfica 11 se deja ver la frecuencia de conductas duraderas del minuto ocho al minuto diez. Este lapso indica que el 59%, de los jóvenes fijaron su vista en el teléfono móvil sin prestar atención al Otro y a lo Otro; el 26% es para aquellos que atendieron al mismo tiempo el teléfono y a su acompañante; en tanto, el 15% llamó por teléfono en el tiempo (diez minutos) designado para la observación.

Otro, se observa el mayor porcentaje, con el 84%; hablando en números, la frecuencia es de 71; le sigue el intervalo tres, con el 74%, igual a 66 repeticiones. Posteriormente el intervalo dos, con el



Gráfica 11. Porcentajes de conductas duradera, minuto 8-10.

De los cinco intervalos en que se dividieron los diez minutos de observación, en el primer intervalo sobre sobre aquellos jóvenes que fijan su vista en el teléfono móvil, sin prestar atención al Otro y lo

66%, o con frecuencia de 50. El intervalo cinco se coloca en el cuarto lugar, con el 59%, es decir, con frecuencia de 23. Finalmente el intervalo cuatro con el 54%, con frecuencia de 29.

Para los jóvenes que mantuvieron la vista fija en el teléfono y al mismo tiempo contestaban a su interlocutor presencial, el intervalo cuatro y cinco con el 26%, una frecuencia de 14 y 10, respectivamente; el intervalo dos está en segundo lugar, con el 25%, una frecuencia de 19; en tercer lugar se posiciona el intervalo tres, con el 19%, igual a una frecuencia de 13. Finalmente, el intervalo uno, con un 14%, y un frecuencia de 12.

En cuanto a los que hablaron por teléfono, en el tiempo (diez minutos) designado para la observación; en el intervalo cuatro se observa un 20%, con una frecuencia de

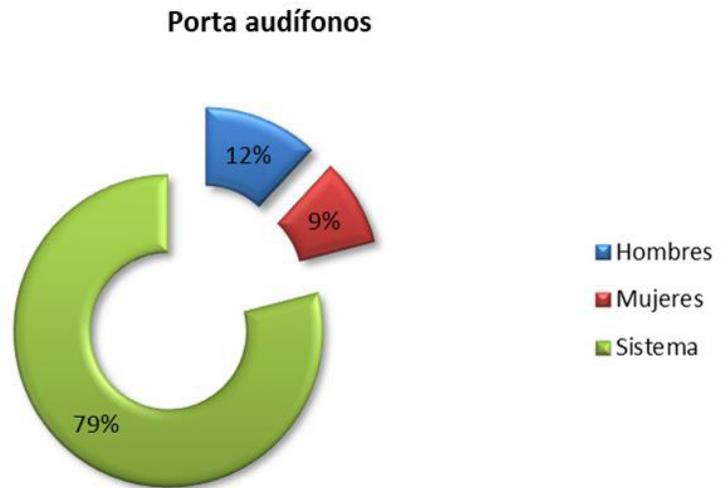
11; el intervalo cinco muestra un 15%, con una frecuencia de 6; el intervalo dos abarca el 9%, con una frecuencia de 7. El intervalo tres, mantiene un porcentaje del 7%, con una frecuencia de 5. El intervalo uno, tiene el menor porcentaje, 2%, con una frecuencia de 2.

Cabe aclarar que los resultados descritos corresponden a la columna de porcentajes válidos, donde el total es del 100%; en el caso de las frecuencias, su variación con respecto a los porcentajes se debe a los vacíos, es decir, aquellos en los que no hay actividad.

Porta audífonos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	12	12	12	12
	Mujer	9	9	9	9
	Total	21	21	21	21
Perdidos	Sistema	79	79	79	79
	Total	100	100	100	100

Tabla 18. Número de jóvenes que usan audífonos mientras usan navegan en el ciberespacio. Nicanor. 2017.

Como se puede ver en la gráfica 12, de los 100 jóvenes observados, el 12% de los que portan audífonos corresponde al género masculino, y 9% del género femenino; en el 79% de los jóvenes considerados en la muestra no se presencié el uso de los au-

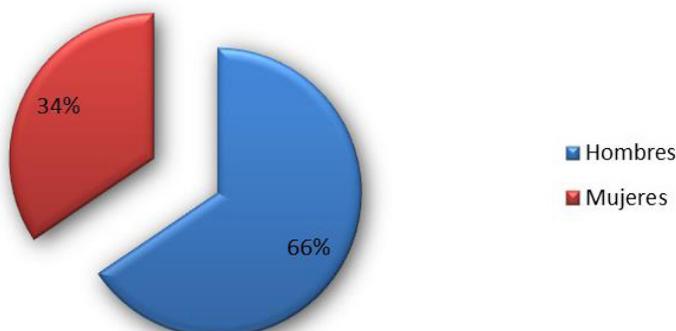


Gráfica 12. Porcentaje de jóvenes que portan audífonos mientras surfean en el ciberespacio.

Avistamientos		
Frecuencia	Hombres	Mujeres
1	16	11
2	14	9
3	8	1
4	1	0
5	1	0
Total	40	21

Tabla 19. Frecuencia de avistamientos en hombres y mujeres.

Avistamientos en hombres y mujeres



Gráfica 13. Porcentaje de avistamientos de mujeres y hombres, mientras usan su teléfono móvil.

dífonos. Cuatro usuarios hombres con audífonos, hacen la diferencia.

La frecuencia de avistamientos que realizaron los jóvenes durante el tiempo designado para la observación del uso del teléfono móvil se presenta en la gráfica 13. En general, los hombres tuvieron el 66% de avistamientos; las mujeres por su parte los llevaron a cabo en un 34%. Como puede observarse, los hombres ejecutaron más avistamientos que las mujeres.

En el caso de las mujeres, como lo muestra la gráfica 14, el nivel de mayor frecuencia, con 11, es el de un vistazo, durante el tiempo de observación que es de 10 minutos; le sigue el de 9, correspondiente a dos vistazos, en el transcurso de observación. En menor grado, 1, es igual a tres vistazos. En los dos últimos niveles (cuatro y cinco vistazos), no se presenciaron.



Gráfica 14. Frecuencia de avistamientos en mujeres, mientras navegan en el ciberespacio.

La gráfica 15 permite ver las variaciones en frecuencia de avistamientos en los hombres, mientras usaron del teléfono móvil. El 16 corresponde a un solo vistazo, mientras se encuentra en la actividad mencionada. Por lo que toca al número 14, tiene relación con dos vistazos. Ocho veces, los hombres dieron tres ojeadas a su alrededor cuando utilizaron su *Smartphone*. Con el mismo porcentaje, de una repetición, cuatro y cinco vistazos.



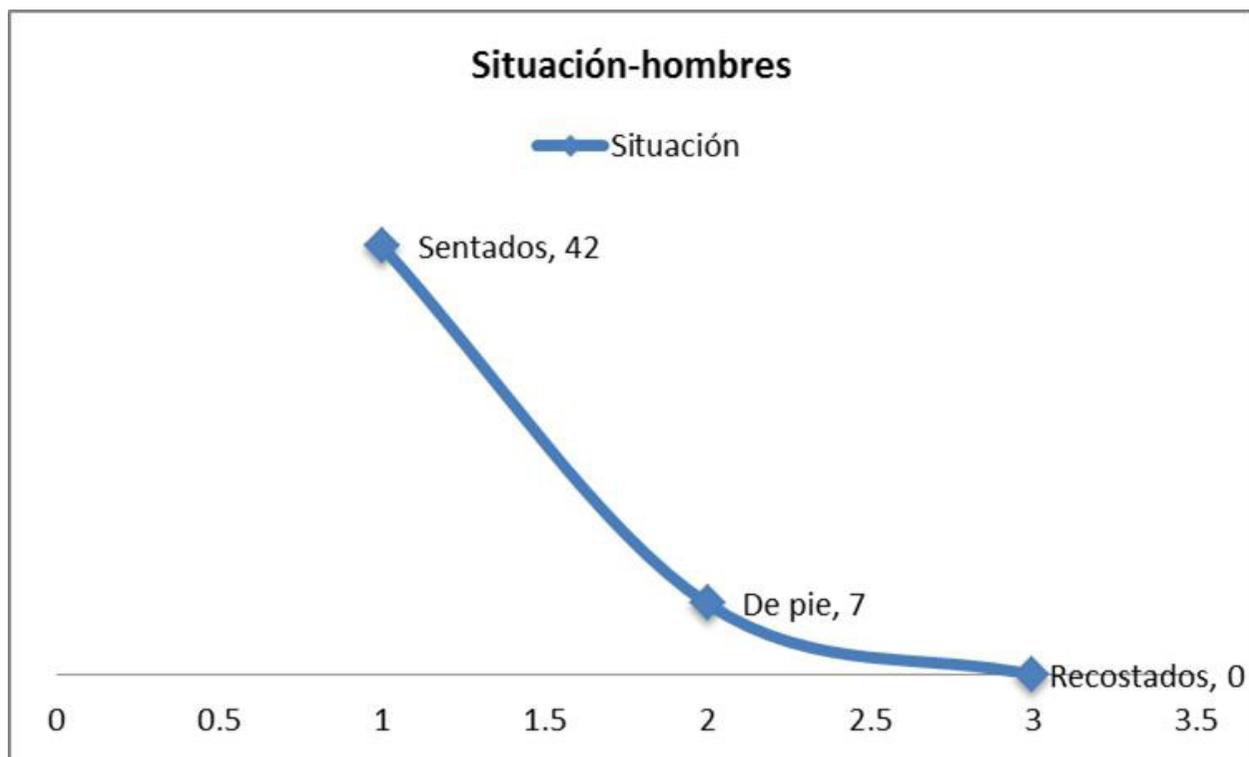
Gráfica 15. Frecuencia de avistamientos en hombres, mientras utilizan su teléfono móvil.

Comparando los resultados entre mujeres y hombres, estos últimos reflejaron una frecuencia mayor, de 16, en el nivel de un avistamiento; por su parte las mujeres manifestaron una frecuencia de 11 en el nivel de un avistamiento. Con frecuencia 12, los hombres están por arriba de la frecuencia que pre

sentaron las mujeres con 9, en el nivel de dos avistamientos. En el nivel de tres avistamientos los hombres manifestaron una frecuencia de 8, con respecto a las mujeres que es de 1. En el de cuatro y cinco vistazos, los hombres tuvieron una repetición de 1; las mujeres por su parte no presentaron evidencias de este nivel.

Situación	Hombres
Sentados	42
De pie	7
Recostados	0
Total	49

Tabla 20. Situación de los jóvenes hombres, durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil.



Gráfica 16. Porcentaje de la situación de los jóvenes durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil.

En la gráfica 16, se muestra el porcentaje de los jóvenes que optan por buscar un lugar para sentarse mientras hacen uso del *Smartphone*. El 86%, se inclinó por

este estado. El 14% se mantuvo de pie, aunque buscaron un lugar para recargarse. En el caso de los hombres sólo se visualizaron estas dos opciones.

	Mujeres
Sentados	43
De pie	6
Recostados	2
Total	51

Tabla 21. Situación de las jóvenes mujeres, durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil.



Gráfica 17. Porcentaje de la situación de las jóvenes mujeres, durante su navegación en el ciberespacio con el teléfono móvil.

Dentro del rango de mujeres observadas (51); en la gráfica 17 se observa que 43 de ellas se encontraban sentadas o llegaron al sitio con esa intención; 6 se mantuvieron de pie o recargadas en algún muro o barandal, mientras hacían uso de su teléfono móvil; con esta misma actividad, se presenciaron 2 mujeres recostadas.

Fumadores



Gráfica 18. Porcentaje de mujeres y hombres que fuman, mientras navegan en el ciberespacio con su Smartphone.

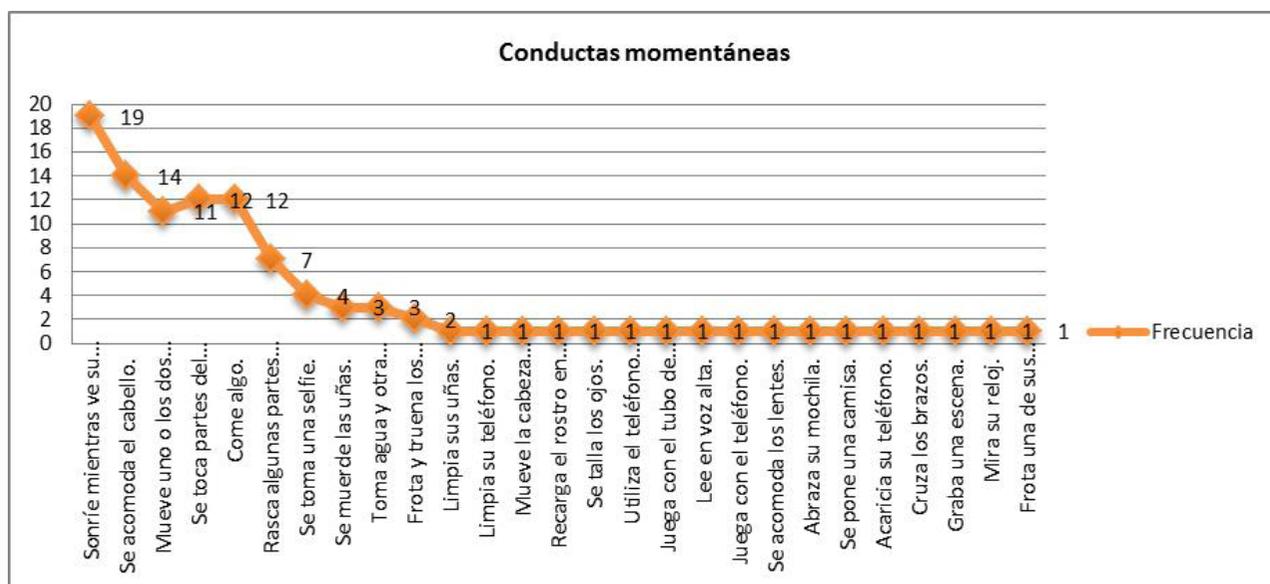
	Fumadores
Hombres	4
Mujeres	4
Total	8

Tabla 22. Mujeres y hombres que fuman, mientras navegan en el ciberespacio con su *Smartphone*.

De los 100 jóvenes registrados, el 8% fumó mientras usaba su teléfono móvil; 4 pertenecen al género femenino, y 4 al género masculino, como se muestra en la gráfica 18.

Conductas momentáneas	Frecuencia
Sonríe mientras ve su teléfono móvil.	19
Se acomoda el cabello.	14
Se toca partes del rostro (labios, barbilla, frente, nariz, ceja).	12
Come algo	12
Mueve uno o los dos pies con insistencia.	11
Rasca algunas partes de su cuerpo (cintura, nariz, frente, cabeza).	7
Se toma una <i>selfie</i> .	4
Se muerde las uñas.	3
Toma agua y otra bebida.	3
Frota y truena los dedos.	2
Limpia sus uñas.	1
Limpia su teléfono.	1
Mueve la cabeza repetidamente.	1
Recarga el rostro en su mano.	1
Se talla los ojos.	1
Utiliza el teléfono como espejo.	1
Juega con el tubo de la mesa donde se encuentra.	1
Lee en voz alta.	1
Juega con el teléfono.	1
Se acomoda los lentes.	1
Abraza su mochila.	1
Se pone una camisa.	1
Acaricia su teléfono.	1
Cruza los brazos.	1
Graba una escena.	1
Mira su reloj.	1
Frota una de sus piernas.	1

Tabla 23. Frecuencia de conductas momentáneas detectadas.



Gráfica 19. Frecuencia de conductas momentáneas registradas durante la observación.

En la gráfica 19 se muestran otras conductas momentáneas que fueron detectadas durante la observación, en orden de recurrencia son: sonrieron mientras veían la pantalla, se acomodaron el cabello con la mano; movieron repetidamente uno o los dos pies; tocaron algunas partes de su rostro (barbilla, frente, labios); comieron algo; cubrieron el teléfono para evitar el reflejo de la luz; y mover la cabeza con insistencia, y otras poco perceptibles.

Conducta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válidos	Mira su teléfono sin prestar atención al otro y a lo otro	234	67	67
	Ve su teléfono y contesta a su interlocutor sin mirarlo	81	23	23
	Habla por teléfono.	33	10	100
	Total	348	100	100

Tabla 24. Frecuencia y porcentaje de conductas duraderas en los jóvenes, mientras hicieron uso del teléfono móvil.

Discusión

La primera pregunta de investigación, ¿Qué conductas se observan en los jóvenes por la influencia de los mensajes visuales del ciberespacio social? y el segundo de los objetivos específicos enunciados en la sección correspondiente al planteamiento del problema: Describir el comportamiento que tienen los jóvenes de Ecatepec de Morelos, en el Estado de México, para obtener información sobre cómo se conducen en su ambiente cotidiano cuando navegan en el ciberespacio social con el teléfono móvil, encuentran respuesta en los resultados conseguidos e inferencias propias de la semiótica para revelar significados con el procedimiento descrito a continuación:

Respaldado en Eco (2000e), se utiliza la metodología etnográfica, pues a través de ella se pueden interpretar signos, inferir eventos, costumbres y comportamientos humanos. Se determina el lugar para la aplicación del procedimiento de investigación mediante un mapeo previo de los espacios físicos del lugar por las características que reúne y que le otorgan un carácter más global por las similitudes con otras zonas o municipios del Estado de México. Se detecta también que debido al tráfico vehicular, el transporte representa un espacio idóneo para la captura de imágenes de la conducta a confirmar.

El muestreo parte de la edad de los jóvenes estimada para el estudio, además de los lugares donde más se reúnen y donde pasan mayor tiempo de ocio; posteriormente, se recurre a la fórmula de Slovin (1960), para facilitar la recopilación de los datos de la investigación. La muestra concede un margen de error del .10 y un nivel de confiabilidad del 90%.

En cuanto al género, la muestra es aleatoria. La técnica de observación se aplica a 100 jóvenes de entre 15 y 24 años, en actividad con el uso del teléfono móvil, en su ambiente cotidiano, en el municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México. Los días destinados a la observación son 12, entre el 28 de agosto y el 15 de septiembre de 2017; de lunes a viernes, de 14:00 a 16:00 P.M.

Con base en Buendía, Colas y Hernández (1998), se opta por un diseño observacional secuencial, clasificado como de caso único y de seguimiento, para registrar la frecuencia de la conducta y el orden en que aparece.

Para la obtención de los resultados de frecuencia y porcentaje de las conductas registradas se utiliza la aplicación SPSS, un programa que sirve para analizar comportamientos y generar gráficos de distribuciones y estadísticos descriptivos y de análisis; desde los más sencillos hasta los más complejos.

El registro de observación sobre los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil en su ambiente cotidiano se complementa con la captura de cien imágenes en las edades consideradas (15-24 años), en zonas del caso de estudio y el transporte público, mismo que se presta para entretenerse con el teléfono móvil, debido al tráfico que impera en las calles y avenidas durante el trayecto a los lugares de actividades.

Conclusiones

Los jóvenes (de los dos géneros), demostraron, sobre todo una gran destreza al momento de operar el teléfono móvil; por lo regular lo sostienen con cuatro dedos de cada mano y deslizan los dos pulgares para escribir sin esfuerzo; incluso, en ocasiones, lo sujetan solamente con una mano y un pulgar; su pericia se ve complementada con el diseño que ofrecen los teléfonos móviles, desarrollados con elementos internos y externos para manejarse de manera fácil e intuitiva.

La mayoría de los jóvenes se mantuvieron abstraídos cuando usan su *Smartphone*, ya que este aparato ofrece información visual que los atrae fuertemente; incluso, cuando no están navegando en el ciberespacio se dedican a revisar los iconos de la pantalla, las imágenes capturadas en otros momentos o las funciones que ofrece el dispositivo.

Casi una cuarta parte de los jóvenes observados dividieron la atención entre el *Smartphone* y la persona o personas que los acompañaba; no miraban a su interlocutor a la cara y contestaban con monosílabos. Esto llevó a las personas ignoradas a perder el interés en la conversación y adoptar la misma actitud, dando respuestas cortas, a tomar el teléfono para entretenerse, o bien, cuando no contaban con el aparato en ese momento, a mirar a su alrededor para pasar el tiempo.

Los jóvenes intercalaron varias actividades cuando usaban el teléfono móvil: navegaban en el ciberespacio, (utilizando una red *wifi* gratuita o mediante pago o prepago del servicio), exploraban la información que ya poseen, enviaban y recibían mensajes por *whatsapp*, o bien, hicieron llamadas a sus diferentes contactos.

Se evidenció que el ensimismamiento con el teléfono móvil es una práctica más frecuente del género masculino, pero también el hacer llamadas durante este periodo. Del lado femenino, es de resaltar la repartición de la atención entre el *Smartphone* y la persona que las acompañaba en ese momento, aunque las respuestas fueron generadas automáticamente, dado que su interés era mayor con el teléfono móvil.

Cuando navegaban en el ciberespacio social, los jóvenes fueron menos propensos a usar audífonos que cuando utilizaban el teléfono móvil para escuchar música, como lo reveló el estudio realizado; casi una cuarta parte de ellos dispuso del dispositivo móvil. Los hombres los usaron en mayor cantidad que las mujeres y, en ambos casos, sólo se los quitaron cuando creían que la situación lo ameritaba; por ejemplo, cuando se acercaba algún encuestador o vendedor y se interesaban en la entrevista; si el motivo no era de su interés, sólo se respondían mediante ademanes con la cabeza o con la mano, en señal de negación, sin desprenderse de los audífonos.

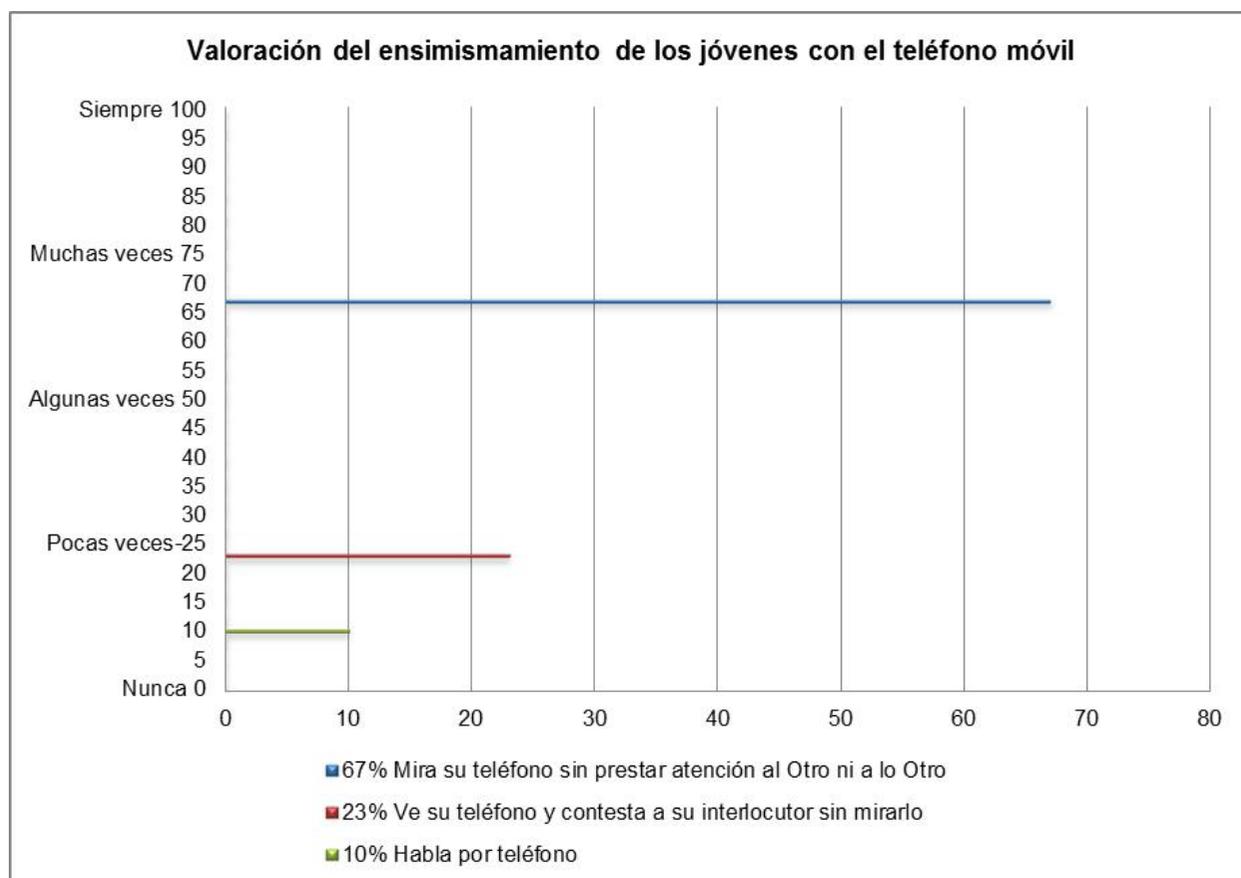
Durante el tiempo de actividad con el teléfono móvil, los hombres tendieron a hacer más avistamientos a su alrededor que las mujeres; pero el hecho de que los hombres hayan ejecutado más atisbamientos no significa que realmente sean más atentos a lo que sucede a su alrededor; lo cierto es que se trata de un instinto de alerta para mantener su distancia social¹⁷. Las mujeres, por el contrario, manifestaron menos avistamientos, pero consintieron más el acercamiento cuando se trataba de alguien de su mismo sexo; por ejemplo en las entrevistas u ofrecimiento de productos o servicios hechos por mujeres.

Se notó que los jóvenes, mujeres y hombres, cuando de sesiones largas se trata para usar el teléfono móvil, habitualmente se les ve sentados, bajo la sombra que da un kiosco, las cubiertas un escenario al aire libre, las ramas de un árbol o un muro; otros optaron por mantenerse de pie, recargados en algún barandal, arriate o pared. En el

caso de las mujeres, las mínimas, optaron por recostarse, ya sea en el pasto o alguna base de cemento.

Con respecto a las conductas momentáneas, fumar no fue prioridad de los que navegan en el ciberespacio; sólo el 8% de los registrados fue advertido en esta situación. En cambio, las sonrisas continuas mientras fijaban la vista en el Smartphone, da pie para pensar que lo que veían era algo agradable, divertido y lo suficientemente entretenido para mantenerlos en ese estado.

Es inevitable, sobre todo para las mujeres, arreglarse el cabello; tocarse partes del rostro (labios, barbilla, frente, nariz o ceja) mientras miran su teléfono. De las conductas momentáneas más evidentes, mover uno o ambos pies, comer algo, tomarse una *selfie*, o incluso, morderse las uñas. Existen acciones más sutiles, frotarse los dedos, limpiar el teléfono, tomar agua, tallarse los ojos, etcétera. Este tipo de conductas no revelaron niveles altos de frecuencia por lo que no se consideran de peligro y se relacionan más con movimientos involuntarios.



Gráfica 20. Valoración del ensimismamiento de los jóvenes con el teléfono móvil, considerando cinco niveles.

La valoración que se realizó (gráfica 20), posterior a los resultados obtenidos, demuestra que el ensimismamiento sí fue palpable en los jóvenes cuando hicieron uso del teléfono móvil; es verdad que ojearon el espacio de vez en cuando o realizaron vistazos involuntarios cuando detectaron algún movimiento cercano por la periferia de la retina. Así mismo, cuando los jóvenes caminaban con la vista fija en el teléfono móvil miraban repentinamente el espacio para no tropezar con algún obstáculo que los llevara a caer, como un impulso natural de supervivencia y para no ser sorprendidos por algún desconocido que les arrebatara su teléfono o sus pertenencias.

Los jóvenes buscaron espacios un tanto apartados para mantener su privacidad, pero sin salirse de la zona de vigilancia de las autoridades, donde creen estar mejor protegidos, debido a la inseguridad que reina en estos lugares; además de sentirse parte de un grupo, donde miran y son vistos.

Las operaciones sensoriales y sensitivas son procesadas por los jóvenes de manera biológica y emocional, en un nivel elemental, saben dónde se encuentran, ubican su izquierda y su derecha; arriba y abajo; atrás y adelante; identifican cosas y lugares aclimatados (cálido-frío) para estar cómodos; por

esta razón se ven atraídos por un espacio público remodelado en el 2012, que les ofrece nuevos andadores, un kiosco, bancas distribuidas en diferentes puntos, jardineras y montículos de tierra desde donde tener una vista panorámica, un escenario con gradas, un parque de juegos para niños y un reloj que se anuncia cada hora.

Lo preocupante del teléfono móvil es que funciona como un distractor, no de las cosas que suceden en el entorno inmediato, sino de la realidad que viven los jóvenes actualmente. Mientras los espacios y los muebles han sido renovados, se nota la presencia de los jóvenes y la diversidad de trabajos, sobre todo temporales que realizan: vendedores de tarjetas telefónicas en primer lugar, encuestadores de seguros en segundo, expendedores de dulces, refrescos y frituras, promotores de escuelas privadas -que son capacitados en el mismo lugar- y oferentes de productos tecnológicos, entre otros.

La abstracción con el dispositivo móvil les impide percatarse de su situación; los jóvenes que ofrecen los servicios y productos enunciados son los mismos que a diario transitan el lugar, sin un horario fijo y con sueldos a destajo que seguro no cubren sus necesidades más indispensables. Conviven lo mismo

con un indigente que se quedó dormido en el sitio o con otros jóvenes que sin ningún disimulo consumen alguna droga o hablan de sus andanzas en el terreno delictivo.

Dadas las condiciones en que se inscriben estos jóvenes, sólo son operadores de los dispositivos móviles, es difícil que utilicen su navegación en el ciberespacio para emprender un negocio, estudiar una carrera en línea, desarrollar un *software*, crear un blog, un video para un concurso de talento creativo o participar en algún evento cultural y de desarrollo humano.

El tiempo del que disponen, cuando no están ofreciendo y, en ocasiones, hasta importunando a las personas con sus productos y servicios, lo utilizan para entretenerse con el *smartphone*, escuchando música, jugando, mandando mensajes de manera intempestiva, o haciendo llamadas telefónicas para gastar más rápido las horas de trabajo para la que fueron contratados.

Para la confirmación de los resultados del registro de observación, respecto a que sí hay un enajenamiento de los jóvenes cuando usan el teléfono móvil, se capturaron 100 imágenes en la misma conducta de abstracción, en la Plaza Cívica de Ecatepec de Morelos, transporte público y otros sitios del Estado de México.

Recomendaciones

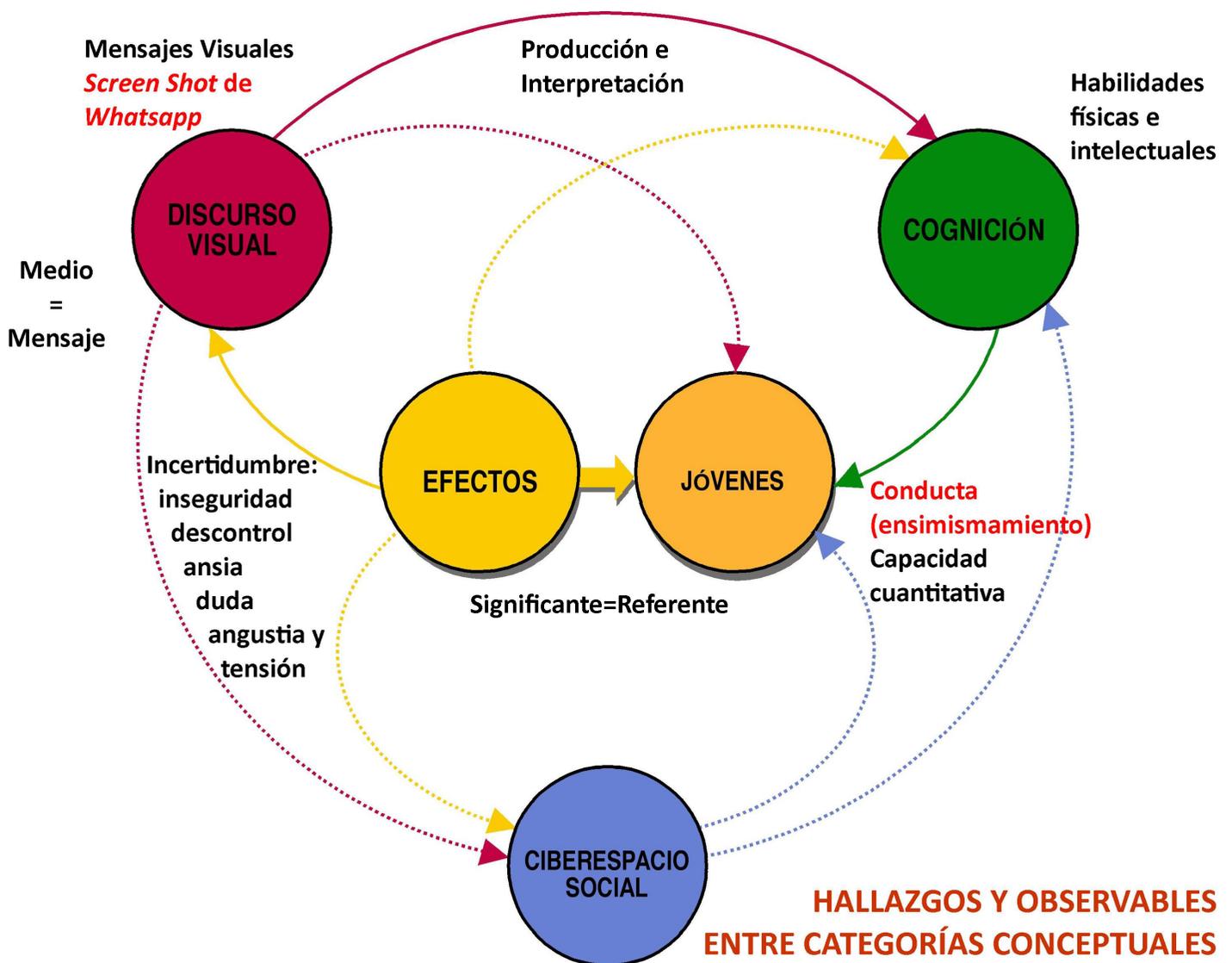
El municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México, se seleccionó por sus características muy específicas en cuanto a: geografía, población, economía, política, educación y cultura, exteriorizadas en los jóvenes que allí radican.

Aunque el grupo de sujetos observados en el municipio de Ecatepec fue de 100 y la fórmula de Slovin utilizada en este trabajo tiene un nivel de confiabilidad del 90%. En el país hay 59 zonas metropolitanas que agrupan 367 municipios con características similares, CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social) (2015), de manera que el estudio puede aplicarse a otros lugares, y abarcar grupos más grandes, para ampliar o contradecir los resultados obtenidos en este trabajo y en beneficio del conocimiento sobre estos temas.

Es recomendable también, establecer otras categorías de observación pero manteniendo el objetivo principal del problema de investigación; así como considerar el contexto de los jóvenes, pues el hecho de conocer los recursos económicos con los que cuentan, el nivel académico que tienen, los grupos con quienes conviven (familia, amigos, vecinos), así como los lugares que regularmente frecuentan, pueden revelar el verdadero uso que le dan a los dispositivos móvi-

les y las circunstancias reales en las que se ubican en la sociedad. Se sugiere poner atención en los jóvenes con menores recursos, ya que la mayoría de los estudios están basados en estudiantes de nivel preparatoria y universidad, en condiciones más favorables. Es necesario también buscar más evidencias entre el uso que le dan los hombres y las mujeres al teléfono móvil y las repercusiones que tiene en el entorno familiar y otros ámbitos que les competen. Queda abierta la invitación para investigar la relación que existe entre los jóvenes en situación marginal, los dispositivos móviles y la delincuencia que impera en México.

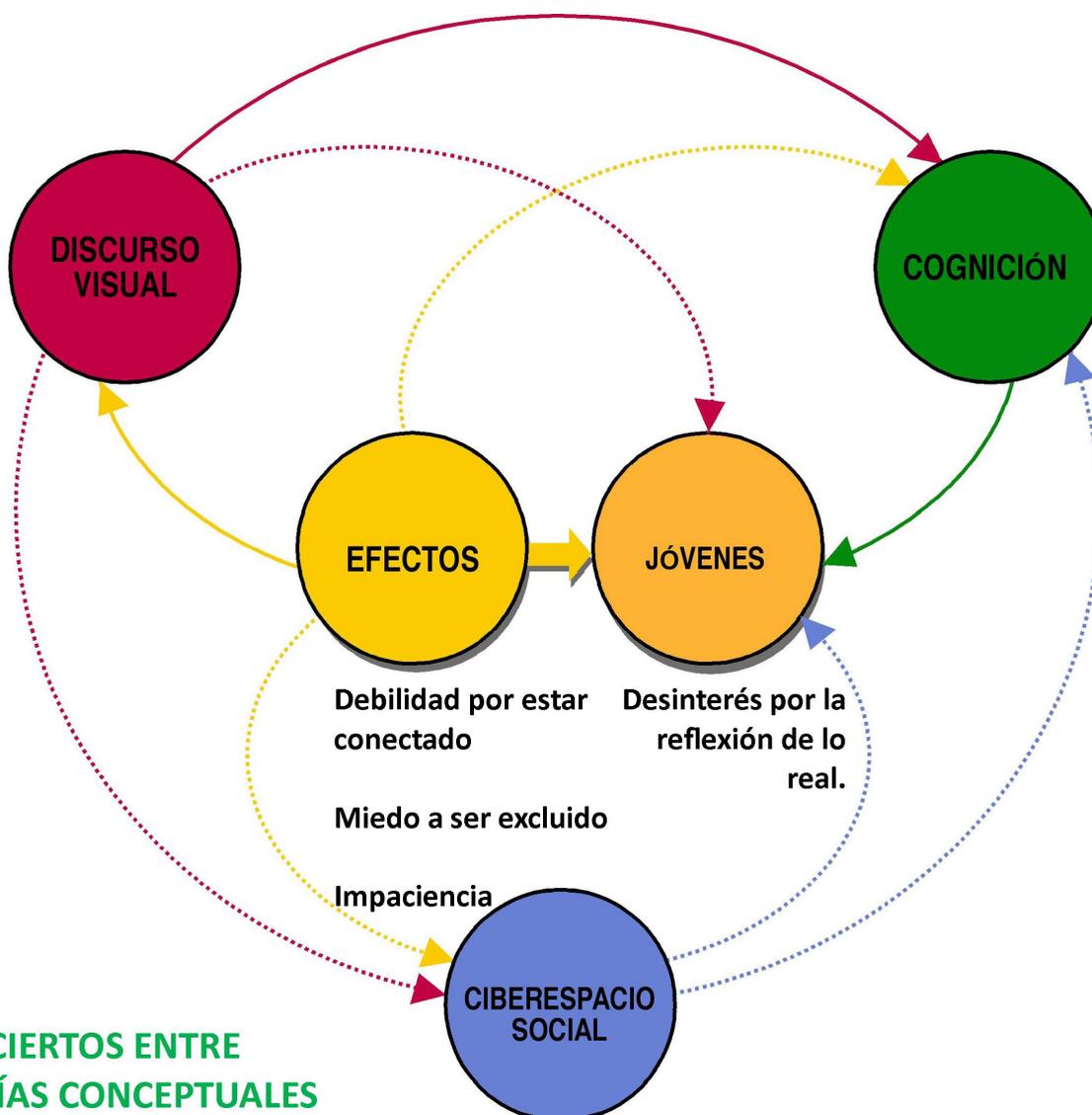
Además, el trabajo desarrollado proporcionó material para generar nuevas líneas de investigación expuestas a continuación:



Esquema 16. Hallazgos encontrados en la relación de categorías conceptuales. Nicamor. 2017.

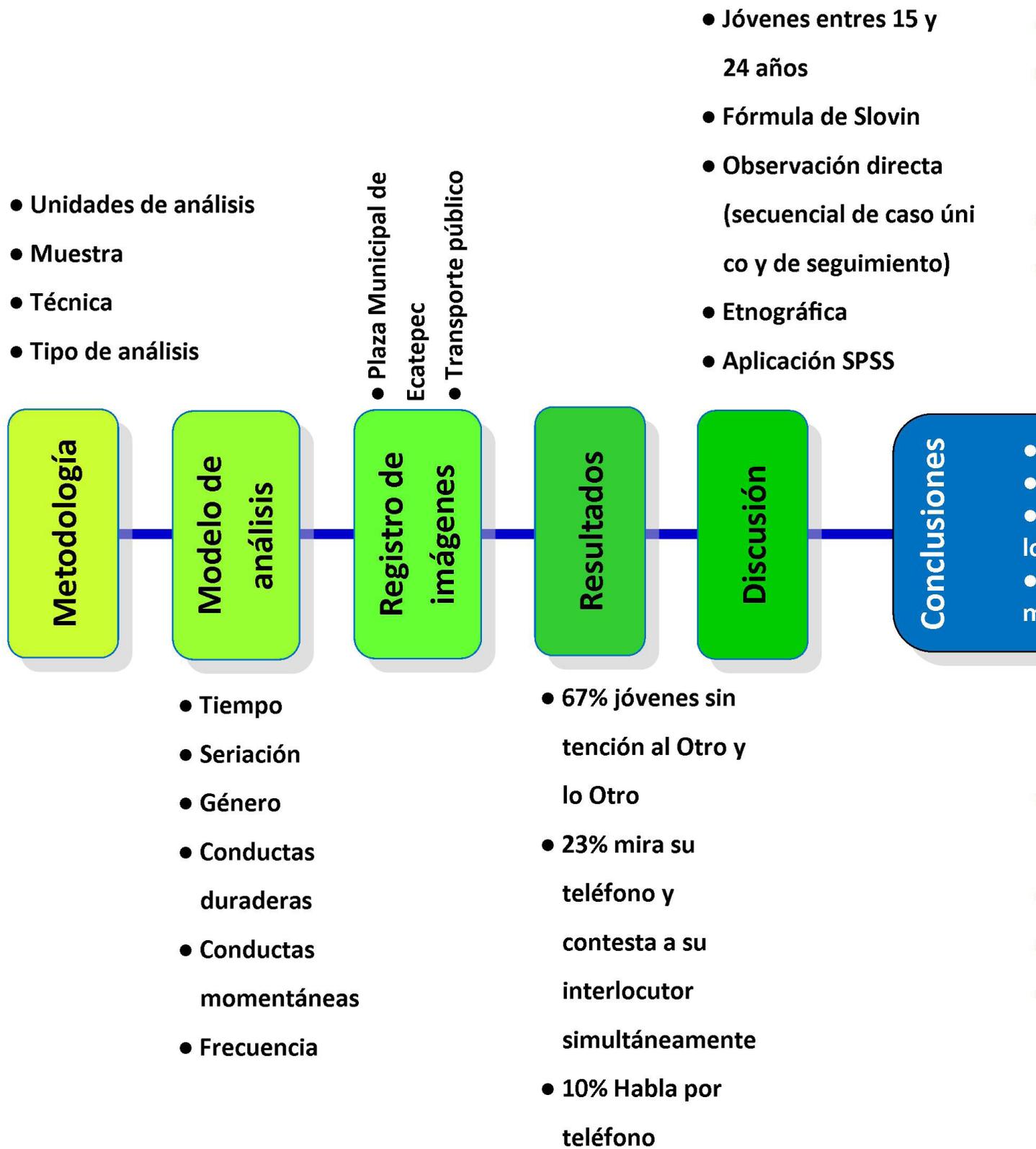
1. ¿Cuáles son las implicaciones del ensimismamiento de los jóvenes con el teléfono móvil en su desarrollo personal y profesional?
2. ¿Son *millennials* los jóvenes, sólo por su edad y por usar dispositivos para navegar en el ciberespacio?
3. ¿Qué peligros relacionados con la delincuencia provoca el ensimismamiento de los jóvenes con el teléfono móvil?
4. ¿Cómo se insertan en la sociedad tecnológica los jóvenes en condiciones precarias de educación, economía y cultura?
5. ¿Representa el teléfono móvil un distractor de la realidad que viven los jóvenes?

Las conclusiones se sintetizan en los esquemas presentados a continuación:



OTROS ACIERTOS ENTRE CATEGORÍAS CONCEPTUALES

Esquema 17. Otros aciertos encontrados en la relación entre categorías conceptuales. Nicanor. 2017.



Esquema 18. Síntesis para el proceso del observable I (Conducta en los jóvenes mientras hacen uso del teléfono móvil en su ambiente cotidiano). Nicanor, 2017.

- Lugares similares
- Variación de categorías y contexto fijo
- Enfoque en jóvenes de otros estratos sociales y educativos
- Teléfono móvil hombres-mujeres
- Jóvenes– dispositivos móviles –delincuencia

Recomendaciones:

Avistamientos por impulso natural
 Operadores de dispositivos móviles
 El teléfono móvil funciona como distractor de lo real.
 Las imágenes registradas confirman el ensimismamiento de los jóvenes

Líneas de investigación

- Implicaciones: Desarrollo personal y profesional
- Millennials-Operadores
- Ensimismamiento-Delincuencia
- Jóvenes-precariedad-inclusión social

3.5.2 Metodología II

En esta sección se describen e interpretan los datos recopilados, con base en el punto 3.5.2. Primero se explican los pasos para la recopilación de la información; después se presentan los resultados de los análisis de las capturas de pantalla. Finalmente se plasman las conclusiones.

Se utilizaron 100 capturas de pantalla de la aplicación *whatsapp* obtenidas de tres fuentes: dos escuelas de organización social y una escuela privada (las tres de nivel preparatoria), en el municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México.

Tratándose de una metodología con carácter cualitativo, los resultados no muestran estadísticas, puesto que se trata de un análisis de códigos icónicos, iconográficos y retóricos.

Para facilitar el análisis de las capturas de pantalla se dividió el material en screen shot de conversaciones entre dos personas, historiales que muestran conversaciones de varios días, capturas de pantalla de grupos formados en su mayoría por mujeres y, por último, capturas de pantalla donde predominan jóvenes del sexo masculino.

Tipo de captura	Cantidad	Forma	Contenido	Prevalencias
Screen Shot de dos usuarios.	5	Globos de diálogo jerárquicos determinados por la interface. <i>Emojis</i> con diferentes expresiones. Uso de aplicaciones externas. Uso de colores de forma empírica. Infracción de reglas ortográficas. Mensajes en cadena. Imagen y texto se complementan o actúan en forma independiente.	Discurso cotidiano entre amigos. Lenguaje corriente. Incertidumbre. Provocación y miedo. Morbo. Adopción de la labor de <i>troll</i> .	Los elementos que sirven de decoración son seleccionados de manera elemental y con desaciertos. En conversaciones de dos personas, el uso de interdiscursos es menos complejo que en los conformados por grupos. Predominación de texto en los historiales. Discursos sobre amistad, noviazgo, música, morbo, sexualidad.
Historiales	5	Prevalencia de texto y <i>emojis</i> . Fondo blanco. Texto en prosa. Incertidumbre de estatus imagen-texto por la pérdida de interdiscursos en la conversación.	Tema sexual, amoroso y escolar- amistad y compañeros. Lenguaje vulgar. Incertidumbre y desafío. Expresión e incitación sexual. Acciones por impulso. Adopción del papel de <i>troll</i> .	Lenguaje corriente y en ocasiones vulgar. Incertidumbre por la intimidación de mensajes en cadena. Adquisición del rol de <i>troll</i> o provocador. Conversaciones superficiales y sin un hilo conductor. Obstinación por llamar la atención con nombres violentos. Uso de códigos retóricos identificados con grupos con características particulares: acceso restringido, adolescentes y jóvenes. Prohibición de traición entre los integrantes. Intercambio de momos (chistes), extraídos de otros grupos dedicados a la creación de los mismos. Llamar la atención como sea posible. Reuniones en lugares públicos sin ningún fin social, político o cultural. Adopción y desconocimiento de características de otros grupos que circulan en el ciberespacio. Contradicción entre lo que quieren aparentar y lo que en realidad son. Ironía e ingenuidad por la creencia en símbolos de sanación y alimento representados en el ciberespacio.
Screen shot en grupo de mujeres	70	Figuras con diferentes significados (mitología, amor, aprobación, de súplica, alivio, seguridad). <i>Emojis</i> con diferentes expresiones y significados. Interdiscursos con un mínimo de imágenes. Imágenes violentas de fondo en contraste con colores apastelados en los diálogos. Repetición de interdiscursos que causan confusión en la lectura.	Prevalencia de temas imprecisos, alimento simbólico, noviazgo, música, estado de ánimo, sexo, bloqueo, halago, género, sentimientos, amistad y momos. Intención por llamar la atención con autodenominación de nombres agresivos. Diálogos reducidos. Códigos retóricos exclusivos. Vinculación con grupos con características particulares (<i>Seguidores de la Grasa, Legión Holk, Illuminati, Doriloca, Negroserias</i>). Uso de símbolos como el pacman (identificación con los grupos de juego de antaño) y el pan, como alimento para mantener a sus integrantes dóciles. Sumisión a las decisiones del administrador.	Adopción y desconocimiento de características de otros grupos que circulan en el ciberespacio. Contradicción entre lo que quieren aparentar y lo que en realidad son. Ironía e ingenuidad por la creencia en símbolos de sanación y alimento representados en el ciberespacio.
Screen shot en grupo de hombres	20	Corazones con contorno en el <i>nick</i> de uno de los interlocutores. Escasez de <i>emojis</i> u otro tipo de figuras. Siete interdiscursos. Imágenes de jóvenes con expresión ridiculizada.	Temas exiguos. Lenguaje común. Diálogos escasos. Empleo de imágenes para ridiculizar a sus pares. Antítesis entre el recargamiento y las imágenes violentas del fondo y con respecto a los elementos reducidos y suaves de los diálogos. Uso del packman y "X2", por desconocimiento. Reproducción de interdiscursos que provocan descontrol.	

Tabla 25. Tabla de resultados del análisis realizado con los capturas de pantalla. Nicanor. 2017.

Para posibilitar la lectura y comprensión de los resultados, se creó la tabla 25 (página 168).

Análisis de los resultados en cuanto a forma.

Screen Shot en una conversación de dos jóvenes.

La primera columna muestra el tipo de captura a analizar. En el primer caso, se desmenuzaron cinco capturas de pantalla en una conversación de dos personas. La selección se basó en aquellas capturas que contaran con los elementos necesarios para su denotación y connotación. Es decir, de inicio, las muestras dejan ver los componentes que lo conforman y las herramientas que utilizan los jóvenes para hacer más persuasivos sus mensajes, por ejemplo, formas orgánicas creadas en otras *apps* para decorar el perfil del usuario o el fondo de la pantalla de conversación; pero también el uso de *emojis* (con diferentes expresiones) y diversas figuras extraídas del banco de los mismos dispositivos móviles.

Hablando sólo de los mensajes alojados en la ventana de conversación, hay códigos icónicos que permanecen estables, como los recuadros de diálogo, para el emisor en color blanco, en tanto

los del receptor en color amarillo limón. El color negro del texto también es fijo. En el caso de los recuadros impiden mover con más libertad los elementos, por lo que la lectura, en apariencia, sigue siendo de arriba hacia abajo; aunque con los interdiscursos, el usuario puede prestar atención primero a unos de los hipertextos, imágenes o texto insertados en la conversación, antes que al mensaje principal, lo cual altera la lectura prevista.

Las capturas elegidas sólo son una muestra de otras tantas con las mismas características, donde se puede observar la inclinación por colores llamativos, pero también aquellos donde los colores que se manejan son los que trae la aplicación por default.

En la mayoría hay un descuido en la redacción, sobre todo, faltas de ortografía, en ocasiones por el corrector ortográfico, y en otras por el desconocimiento de las reglas sintácticas de escritura.

Son recurrentes los mensajes en cadena, que en ocasiones se muestran exclusivamente con texto, y en otras van acompañadas de *emojis* o imagen.

Historiales en una conversación de dos jóvenes.

En estos casos los mensajes fueron enviados desde la aplicación *whatsapp* a un correo electrónico destinado para la compilación de la información. La función no permite aún enviar las conversaciones en su forma original, omite las imágenes y sólo visualiza los *emojis*; así mismo, los diálogos no se ven encuadrados como en la ventana de conversación de la aplicación, sino en líneas seguidas.

El fondo permanece en blanco, mientras el texto se desliza en líneas continuas. Los *emojis* en color amarillo crean un contraste con el negro del texto, quitan un poco la monotonía lineal del texto y sirven para dar énfasis a algunas expresiones de los interlocutores.

La coherencia de los textos se mantiene, pero en ocasiones, se pierde la hilación, sobre todo cuando hay una serie de interdiscursos desconocidos, y donde los diálogos son cortos.

Screen Shot en grupo de mujeres

En este grupo en particular, se pueden notar diferentes figuras relacionadas con la mitología, el amor, alivio, seguridad, de súplica. Se suelen utilizar estos significantes

para expresar lo que quieren decir, pero en mayor medida, para eliminar palabras. Las figuras no guardan significados complejos, puesto que están hechas con vectores y formas sencillas para que los usuarios no realicen mucho esfuerzo mental en su interpretación.

Los *emojis* son usados en la mayoría de las veces para complementar o enfatizar lo dicho. La conversación fluye sin reparar tanto en lo que significan, puesto que su uso se ha hecho costumbre.

Los interdiscursos, tienen una presencia mínima, dada la cantidad de *screen shot* (70) analizados, pocos son los que intervienen en las conversaciones, pero sí guardan significados ocultos que requieren su descodificación, por ejemplo, el bote de clorox o la figura de pan.

Sucede lo mismo con las imágenes utilizadas en el fondo, una sola imagen trabajada en algún programa de edición que requiere un conocimiento básico, ya que sólo son recortes rectangulares que se pegan en forma secuencial hacia el lado inferior, pero no hay un trabajo a detalle. Sin embargo la imagen tiene intenciones de provocación muy claras de su uso en la ventana de conversación.

Screen Shot en grupo de hombres

Son pocas las figuras presenciadas en este grupo integrado por veinte capturas, en él se observan corazones con contorno en uno de los interlocutores, que no van más allá de una simple decoración.

La escasez de *emojis* y otros elementos visuales dejan ver la pobreza retórica, esto se confirma con los siete interdiscursos que se observan en las capturas recopiladas de este grupo. Todas ellas refieren a adolescentes que se encuentran en una situación ridícula, pero que para los jóvenes resulta divertido.

En todas las conversaciones, tanto en los duos como en los de grupo siempre hay presencia de *emoticonos* y *emojis*, por lo regular estos siempre van acordes con lo que se dice en el texto, lo cual habla de la destreza de los jóvenes para ubicar, crear y seleccionar las caras de expresión más acordes con el diálogo. En cuanto a los interdiscursos, estos llegan a ser independientes al texto, pero hay también una habilidad para localizarlos en la internet o en el material ya almacenado.

Análisis de los resultados en cuanto a contenido.

Screen Shot en una conversación de dos jóvenes.

Por lo regular se trata de discursos comunes, eventos del día, escuela, morbo; entre pares o amigos. En ellos se presencia desde un lenguaje moderado, hasta uno más corriente, donde se utilizan palabras que rayan en lo vulgar, pero que para los jóvenes son normales.

En las conversaciones hay incertidumbre, en ocasiones manifestada por el mismo joven; en otras, adoptando el papel de troll, creando ansiedad o descontrol en su interlocutor (a), desafiando al Otro a través de la provocación o el miedo de acontecimientos en contra, si no sigue las indicaciones que se le encomiendan en los mensajes. Cabe resaltar que estos no son creados por el usuario, son mensajes que le llegan a través de otros y que finalmente, sólo se convierte en transmisor de los mismos. En este sentido, se puede ver que no repara en las consecuencias que puede provocar en su destinatario. Simplemente los envía como si no tuviera opción. Este tipo de mensajes tienen que ver con fenómenos como un terremoto, o la negación de un regalo divino, pero sin decir a ciencia cierta de que se trata, por lo que el receptor se

queda en la incertidumbre, primero por no llevarlo a cabo, y segunda, no hay certeza de que por haber continuado la cadena, se le vaya a conceder la promesa.

Otro de los aspectos detectados es el morbo, que los mueve a querer ver la reacción de la gente ante los mensajes visuales, o el deseo mismo de experimentar lo que sucederá si llevan a cabo las instrucciones que se les pide.

Historiales en una conversación de dos jóvenes.

En esta selección los temas son cotidianos, pero también aluden al amor y la amistad, y el morbo entre compañeros y amigos.

El lenguaje sigue siendo corriente, y en ocasiones vulgar, con palabras obscenas o que no se pronuncian en una conversación habitual, por ejemplo: “puto”, “culero”, “que pedo”, entre otras palabras del mismo calibre. Estas palabras son usadas por jóvenes que no tienen miramientos de donde las pronuncian. No son exclusivas del ciberespacio, pero sí de cierto grupo de jóvenes que se mueven en zonas sobre todo marginadas.

La inquietud también se presencia en los historiales, no contienen imágenes, pero

sí largos textos con las mismas características, desafían al usuario con buenas promesas si se reenvían los mensajes, y al mismo tiempo con amenazas, si se atreven a cortar la cadena; lo cual, como se mencionó, provoca descontrol en el receptor, ganando más el miedo, por lo que los mensajes no dejan de circular, así como los efectos de desconfianza e incertidumbre de quien los recibe.

Ya en confianza, las expresiones sexuales afloran en la primera oportunidad, palabras como: “te la jalaste”, “se pica”, “cogida”; independientemente de que suenen obscenas, dejan ver que entre los jóvenes no hay reserva para pronunciar este tipo de frases. Del mismo modo, invitan a ver interdiscursos con este tema a través de hipertextos (vínculos a las páginas de origen), y dejan ver la facilidad con la que los jóvenes acceden a contenidos de pornografía, para posteriormente compartirlo con los demás; es decir, el material está a la mano para funcionar como manual sobre sexualidad. Aquí no hay diferencia, las señoritas también expresan sus experiencias sexuales, pero el foco de atención no está allí, sino el lugar donde lo llevan a cabo y con quien o quienes lo realizan, sin medir las consecuencias de sus actos, en un momento de arrebatos.

Otro de los puntos interesantes es el impulso con que actúan los jóvenes. En las relaciones de noviazgo, utilizan las funciones del teléfono para bloquear a su novia (o), cuando se enojan. Una vez que ha pasado el enfado, se desbloquean, como si nada hubiera pasado.

En estos mismos historiales, se observa como a través de los interdiscursos, los jóvenes tratan de mantener la atención de la otra persona, cuando no hay tema de conversación, se acude a las imágenes, los *memes* o videos divertidos para no dejar ir al Otro. Se nota la habilidad para traer rápidamente a la ventana de conversación un interdiscurso, pero también deja entrever, el rezago cognitivo que se tiene en otros ámbitos como la escuela, o el no darse cuenta del rechazo en el círculo de amistades.

Screen Shot en grupo de mujeres

En este grupo los discursos son diversos: noviazgo, música, estados de ánimo, sexo, bloqueo de otros integrantes, halagos entre los interlocutores, sentimientos y *momos*. La multiplicidad de temas contrasta con la pobreza e imprecisión en ellos; inician un tópico y sin previo aviso cambian a otro, no hay conclusión, pero tampoco nadie repara en retomarlo.

El deseo de llamar la atención se ve reflejado en el nombre que se visualiza en el perfil del grupo “Vrgas”, un nombre que no sólo suena fuerte para los que no están acostumbrados a ver o escuchar este tipo de palabras, sino que encierra la necesidad de los jóvenes por llamar la atención. No es raro ver este tipo de manifestaciones en los jóvenes, pues a esta edad es una manera para mostrar una imagen más agresiva, y poder sobrevivir ante sus pares.

El empleo de códigos retóricos exclusivos es muy evidente en este grupo. Son varios los detectados, por ejemplo: plot (por favor), morrita (niña), elfa (novia), elfo (novio), prro (perro), entre otros. Los jóvenes identifican muy bien su significado, no así las implicaciones que tienen los mismos, pues están relacionados con grupos que seguramente nada tienen que ver, mientras que con otros hay coincidencias. Debido a los códigos propios de estos grupos, asumen el nombre de autistas; a quienes se les identifica por utilizar un lenguaje extraño, miran pero no observan, hay poco contacto con el entorno o les es indiferente, se entretienen con cualquier cosa sin saber con qué fin, pueden presentar conductas agresivas hasta con ellos mismos, y repetir lo que ven en televisión, poco reconocimiento de los sentimientos del Otro, no hay un rol social claro,

poca imaginación, preocupación exagerada por conflictos poco relevantes en el entorno, pero una falta de concentración en problemas de interés. Todos estos grupos o sectas al igual que los autistas tienen códigos propios, como se observa en los ejemplos citados, junto con otras singularidades que también les corresponden, por ejemplo, uno de los propósitos más firmes de estos grupos es el intercambio de videos y memes o momazos, como también los denominan, cuyo único fin es crear diversión con sus pares, de modo que sus fines son de poco alcance; los temas sociales, políticos y culturales que acontecen, y que debiera importarles son ignorados.

Los códigos retóricos reconocidos tienen vinculación con otros grupos con características particulares (*Seguidores de la Grasa, Legión Holk, Illuminati, Doriloca, Negroserias, Danksintos, Sad boys, Irónicos*, y otros tantos que circulan en internet. Algunos grupos como *Legión Holk*, se adjudican acciones ilícitas, como el asesinato en enero de 2017, en una escuela ubicada en la ciudad de Monterrey; o bien, llevan a cabo acciones en páginas de figuras públicas, con el único objetivo de ser más conocidos en las redes sociales. Estos grupos reniegan su relación con los otros, pues quieren sentirse únicos, sin embargo todo

van en la misma línea, ya que de hecho unos de los *emoticonos* que los distinguen es el «:v» (*pacman*).

Screen Shot en grupo de hombres

A diferencia de los *screen shot* en grupo de mujeres donde abundan los códigos retóricos de sinonimia, en este caso se visualizan otros que amplían los ya existentes, por ejemplo: Soi (soy), Dvd (de verdad), Nu ma (no te pases), Procd (procede). También es de destacar los siete *memes* de adolescentes que son propios de estos grupos que abundan hoy en día en las redes sociales.

Este último grupo es el que presenta el mayor número de conversaciones sin claridad, temas sin trascendencia y sin final, poca información que refiera a algo concreto. El lenguaje es común, complementados con las sinonimias adquiridas de otros grupos de moda. Los diálogos no conducen a nada y los mismos interlocutores se ven dispersos en la atención a lo poco que se dice en la ventana de conversación.

Aquí también se confirma lo percibido en los *screen shot* conformado por mujeres, recargamiento y violencia en las imágenes, contrastadas con figuras muy ingenuas aunque con esa intención de dar una imagen agresiva. Otros códigos registrados,

es el *pacman* ya visto en el grupo de mujeres y el “X2”, dando la impresión de que su uso es más por desconocimiento del significado de los mismos.

Estos grupos conformados por varios integrantes, ocasiona que los interdiscursos se repitan en los recuadros de diálogo cada vez que interviene uno de los interlocutores, provocando confusión en la secuencia del diálogo.

Los resultados obtenidos del material analizado permiten hacer una evaluación respecto a los efectos encontrados, como se muestra en la tabla siguiente:

EVALUACIÓN CON BASE EN LA TAXONOMÍA DE BLOOM

<p>Niveles cognitivos</p> <p>Resultados de las habilidades mostradas en el análisis de <i>Screen Shots</i> de <i>Whatsapp</i></p>	C o n o c i m i e n t o	C o m p r e n s i ó n	A p l i c a c i ó n	A n á l i s i s	S í n t e s i s	E v a l u a c i ó n
Habilidad intelectual al ubicar, crear y seleccionar <i>emojicos</i> y <i>emojis</i> acordes al texto escrito.	X					
Producción limitada de mensajes visuales por el exceso de funciones y herramientas de los dispositivos.	X					
Selección elementos visuales con una estética básica que deja ver el estrato social bajo de donde provienen.	X					
Descontrol y confusión en las conversaciones en grupo por la irrupción de interdiscursos.	X					
Incertidumbre e influencia por una disonancia cognitiva negativa por los mensajes visuales en cadena.	X					
Inconsistencia entre lo que son y lo que quieren reflejar ante los demás.	X					
Desconocimiento de otros grupos con quienes comulgan en ideas y formas de expresión.	X					
Léxico limitado.	X					
Incapacidad para darle sentido y continuidad a un tema.	X					
Fragilidad cognitiva por creer en significantes superficiales.	X					
Consumo mensajes chatarra que deterioran su capacidad mental.	X					
Desinterés en la participación en asuntos políticos, sociales y culturales.	X					

Tabla 26. Evaluación de los efectos encontrados a partir de los resultados obtenidos del análisis de las capturas de pantalla de *Whatsapp*. Nicanor, 2017.

La evaluación está basada en los seis criterios establecidos bajo la Taxonomía de Bloom: Conocimiento, Comprensión, Aplicación, Análisis, Síntesis y Evaluación.

- Los jóvenes crean emoticonos (caras expresivas hechas con caracteres ASCII), identifican los *emojis* más acordes con las frases que utilizan en sus conversaciones. En cuanto a los interdiscursos, muestran una pericia al saber dónde localizarlos para su inserción en las conversaciones. Estas capacidades se encuentran en un primer nivel, identifican, reconocen y selecciona información que ya existe en los aparatos móviles.
- Lo anterior se complementa con el mínimo esfuerzo para la producción de mensajes visuales, y un hurto de interdiscursos ajenos, que se refleja en una estética pobre, ocasionado por la amplia gama de funciones, herramientas y aplicaciones que ponen al alcance de la mano del usuario los aparatos móviles.
- La recepción de la información sin confirmar su origen y sin distinguir si es falsa o verdadera, conlleva en ser presa de la confusión y descontrol que ocasionan la repetición de interdiscursos en un grupo y los mensajes en cadena, respectivamente.
- No detenerse para comparar sus actitudes y formas de expresarse, ni los argumentos necesarios para explicarse a sí mismos sus comportamientos, acarrea la inconsistencia de los jóvenes, entre lo que son y lo que quieren reflejar, y el desconocimiento de otros grupos con códigos similares.
- No poder explayarse para transformar los códigos establecidos por otros, utilizando y recitando los mismos, sin darse cuenta, es producto de un léxico limitado y la incapacidad para darle continuidad a un tema que los coloca en un nivel de conocimiento elemental.
- No diferenciar entre lo real y lo imaginario, ubica a los jóvenes en un nivel básico cognitivo y a creer en significantes superficiales y vacíos.
- No darle los jóvenes a los mensajes visuales un uso productivo, puesto que sólo se pos- tean para proporcionar diversión a su interlocutor, se convierten en mensajes chatarra.

En general, los mensajes visuales se usan en un nivel básico de conocimiento, los jóvenes saben identificar, localizar, seleccionar; pero no logran rebasar ese nivel para distinguir, relacionar, transformar, explicar y comprender la información que manejan. Además, el conocimiento que poseen no logra alcanzar el nivel de aplicación, pues como se deja ver en los resultados, las consecuencias más allá del ciberespacio, como la falta de interés en asuntos de relevancia social, política y cultural, les impide su disposición para emplear su conocimiento en la resolución de problemas de la vida cotidiana.

Discusión (Metodología II)

Las preguntas de investigación, del número dos al cinco, asentadas en la sección del planteamiento del problema: ¿Cuáles son los discursos visuales que más usan los jóvenes en el ciberespacio social para comunicarse? ¿Qué fines le dan al discurso visual del ciberespacio social los jóvenes de Ecatepec? ¿Qué recursos utilizan los jóvenes para crear sus discursos visuales en el ciberespacio social? y ¿Qué implicaciones cognitivas tienen los mensajes visuales del ciberespacio social en los jóvenes? Así como los objetivos específicos cuatro y cinco proyectados en el capítulo uno:

Desarrollar instrumentos para la obtención de información sobre los efectos del discurso visual en la cognición de los jóvenes del Estado de México y Analizar los mensajes visuales de la aplicación *Whatsapp* que los jóvenes utilizan para comunicarse, con el fin de descubrir significaciones, hallan respuesta en los resultados de la metodología desarrollada en seguida:

Retomando a Eco (Eco 2010c) se continúa con la metodología etnográfica y más específicamente de la semiótica, ya que mediante ella, se pueden realizar interpretaciones e inferencias de signos visuales que involucran códigos icónicos, iconográficos y retóricos, que involucran la sintáctica, semántica y pragmática.

El muestreo inicia con la fórmula de Slovin (1960), con un margen de error del .10 y un nivel de confiabilidad del 90%, que da pie para la recopilación de 100 capturas de pantalla de la aplicación *whatsapp*, tomando en cuenta el alto porcentaje (85% de usuarios hasta el 2014) en México.

En cuanto al género es aleatorio. La técnica de análisis se concentra en 100 capturas de pantalla proporcionadas por

jóvenes entre 15 y 24 años, de dos escuelas de organización social y una privada, ubicadas en el municipio de Ecatepec, en el Estado de México. Debido a la abundancia en la información, se divide en cuatro tipos de mensajes: *Screen Shot* de dos usuarios, Historiales, *Screen Shot* en grupo de mujeres, *Screen Shot* en grupo de hombres.

En cuanto al género, la muestra es aleatoria. La técnica de observación se aplica a 100 jóvenes de entre 15 y 24 años, en actividad con el uso del teléfono móvil, en su ambiente cotidiano, en el municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México. Los días destinados a la observación son 12, entre el 28 de agosto y el 15 de septiembre de 2017; de lunes a viernes, de 14:00 a 16:00 P.M.

Para la obtención de los resultados y posteriormente las conclusiones, se utiliza la técnica de la interpretación mediante la abducción de los mensajes visuales, tal cual, de las intenciones del emisor y de las interpretaciones del receptor.

Conclusiones

De acuerdo al orden de las preguntas de investigación planteadas en la sección de discusión, las respuestas se dan de la manera siguiente:

Los discursos visuales que tuvieron más presencia en las conversaciones analizadas son los *emojis*, puesto que se han hecho costumbre en diferentes sitios de redes sociales, de modo que, aunque no todos son entendibles, muchos jóvenes los utilizan. Las imágenes y videos extraídos de otros sitios o recibidos de sus contactos, son también de los interdiscursos más consumidos. Las letras para crear emoticonos frecuentemente se ven plasmadas en las conversaciones.

Estos interdiscursos, como también se consienten aquí, sirven para acentuar lo dicho en algunas líneas textuales, para darle más carácter a los mensajes en cadena, y en otras para decorar el perfil del usuario. En cuanto a los *memes*, *momos* o videos de chistes, son usados para mantener la atención del interlocutor, atraparlo mediante el humor. Los mensajes en general sirven para intercambiar ideas sobre amistad, noviazgo, música, morbo, sexualidad, o temas escolares.

Los recursos son varios, el teclado donde se localiza mediante un icono el banco de *emojis* y el clip, que sirve para adjuntar o traer imágenes guardadas en el mismo computador, laptop, dispositivo móvil o bien, directamente de la internet. Además de estos recursos está disponible la cámara fotográfica para tomar una foto al instante y hacerla parte del mensaje. Uno de los recursos poco usados, pero que representa una opción, es el icono con la cámara de video para hacer tomas en movimiento. Actualmente la grabación de audio es un medio muy recurrente, de hecho, aunque es sonido, tiene una representación visual en la conversación, dando la posibilidad de repetirlo o detenerlo cuando se desee, e interviene también en el orden de la lectura.

Iniciando por la parte visual, en lo que respecta a la forma, en la creación de men-

sajes visuales, no se observa un gran esfuerzo mental, pues como su nombre lo indica, el teléfono inteligente o *Smartphone*, que es donde más se utiliza la aplicación *whatsapp*, otorga todas las facilidades al usuario para que navegue, produzca y envíe mensajes sin ninguna dificultad. Los elementos que se observan en la ventana de conversación no representan ninguna búsqueda minuciosa para demostrar la creatividad personal, pero si la de otros con mayor ingenio y trabajo. La selección de



Imagen 22. *Screen Shot* que demuestra la estética y el lenguaje de los jóvenes.

elementos visuales sigue siendo de manera empírica, una estética que en apariencia es bonita, pero que deja ver el desconocimiento sobre diseño y el mal gusto de los jóvenes; así mismo el medio socio cultural de donde provienen. La pobreza estética se amplía con el lenguaje corriente y hasta vulgar que llegan a utilizar en algunas secciones de la conversación.

La cantidad de comodidades que ofrecen los dispositivos móviles minan la creatividad de los jóvenes en la producción e interpretación de mensajes visuales, pero se debe reconocer que los usuarios localizan muy bien las imágenes o interdiscursos cuando quieren hacer uso de ellos. La habilidad para para crear los *emojiconos* (caras expresivas hechas con caracteres ASCII) o seleccionar los *emojis* que complementan los textos del diálogo.

La confusión no se da en aquellas conversaciones donde sólo interactúan dos personas, pero sí donde intervienen varios integrantes, ya que cuando se utilizan interdiscursos, estos se repiten en los globos de diálogo en un tamaño menor, las mismas veces en que aparecen los destinatarios que recibieron el mensaje. Es decir, la multiplicidad de interdiscursos sí provoca descontrol en el usuario para llevar continuidad en la conversación y entender de qué o quién está hablando.

Los mensajes en cadena sí provocan suspenso, puesto que por un lado aseguran cosas positivas, pero por otro lado, también son una intimidación al interlocutor, ya que en el caso de que no se sigan las indicaciones, habrá sucesos negativos en su contra. Como parte del juego o desafío, la incertidumbre está presente, pues nunca se dice al Otro cuál es la recompensa, y deberá reenviar o seguir los pasos para poder conocer el premio o la retribución a su obediencia. La disonancia cognitiva es más fuerte que el raciocinio de los jóvenes, para convertirlos en *trolls* (provocadores) de los mensajes en cadena.

SADB☹YS



Imagen 23. Algunos grupos o sectas virtuales con características similares. Fuente: <http://www.milenio.com/tendencias/>

La inseguridad de los jóvenes por no tener una identidad clara se ve reflejada en el afán de mostrarse únicos con respecto a otros grupos con análogas características (Imagen 23), mediante nombres agresivos; pero los elementos visuales delicados usados en sus mensajes visuales reflejan la inconsistencia de estos.

El desconocimiento sobre la apropiación de ciertos comportamientos y términos o palabras similares a otras comunidades

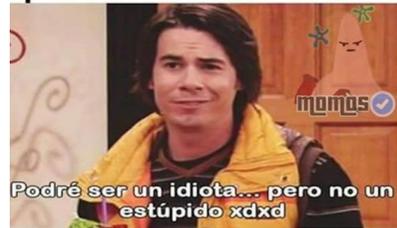
virtuales los lleva a rene-
gar e insultar a aquellos
con los que se les com-
para. Cuando en realidad
comulgan con las mismas
ideas, comunidades donde
el posteo de *memes* es su

eje conductor. Lo crítico de estos interdiscursos es que no los crean ellos, sino son hurtados de otros grupos para compartirlos con su comunidad con el único fin de hacerles pasar un buen rato de diversión. La característica de los propios *memes* es que no tienen ninguna trascendencia, se enfocan en ridiculizar alguna situación o suceso con el inicio en el texto de una palabra en inglés que es recurrente «“When”, te mandan a la tienda por 3 cajas de leche pero solo compras 2 porque sabes que la tercera es la vencida...» (Imagen 24); «Cuando te le declaras a la chica de tu salón por *WhatsApp* y ves que esta escribiendo» (Imagen 25), acompañados de una imagen de espectáculos, caricatura, una película o una serie televisiva. Las imágenes extraídas de otros medios de comunicación dejan ver también un tipo de consumo cómodo de asimilación.

Las frecuentes palabras obscenas “que pedo”, “vale verga”, “que carnal”, “te la jalaste”, “se pica”, “culero”, “cogida”, “nel”, entre otras detectadas, no sorprenden por lo rústico del lenguaje, sino que revelan el contexto de donde provienen, y también exponen la limitación en el uso del léxico. Muestra el nivel educativo y de conocimiento de los jóvenes, pues a mayor grado de formación, hay una amplitud en el bagaje de palabras y un mayor detenimiento al momento de seleccionarlas para comunicar una idea. El intercambio de mensajes con otros contactos del mismo círculo, conlleva a mantenerse en el mismo nivel limitado de palabras de este tipo.

En contraste con las palabras vulgares vistas en otras conversaciones, en las 80 capturas de pantalla analizadas en grupo (que integran el total), los temas son exiguos.

When te mandan a la tienda por 3 cajas de leche pero solo compras 2 porque sabes que la tercera es la vencida...



Momo 24. Fuente: Ruiz, M., periódico El País, 1 abril, 2017.

Cuando te le declaras a la chica de tu salón por WhatsApp y ves que está escribiendo



Momo 25. Fuente: Ruiz, M., periódico El País, 1 abril, 2017.



Imagen 26. Temas exiguos.

Palabras sueltas y temas superficiales que no llevan a ningún lado. Esto resulta más grave, pues a través de estas actitudes confirman la auto-denominación de autistas, están y no están, ¿significa acaso que también el ciberespacio les es indiferente?, y que ¿tampoco es el lugar anhelado para convivir con su pares? Es notoria también su incapacidad para darle continuidad a un tema, ya que se vio que la participación en las

conversaciones en grupo es escasa.

La creencia de estos jóvenes en el cambio de ánimo a uno más positivo no está en la creencia en un dios, en el diablo, en las drogas usualmente conocidas (marihuana, cocaína, thinner, y otras sustancias adictivas o que suben la adrenalina), se deposita en el “Clorox”, la representación de un bote que sirve para limpiar la grasa de la ropa. Su convicción y fe, ingenuidad e inconsciencia en estos significantes es tan fuerte, que cada vez que alguien menciona que está triste, otro coloca la imagen del “clorox”, como propuesta para aliviar las penas. Esta fragilidad cognitiva se reafirma con otro producto, el alimento (representado por un pan) que les ofrece el administrador del grupo, para hacerlos sentir importantes e integrados en el clan en el que quieren permanecer.

Los *memos* y *memes*, que son mensajes visuales de moda consumidos por los jóvenes, no están elaborados para despertar o incrementar su intelecto, por el contrario, la intención es divertir de la forma más sencilla. La producción hecha por algunos de ellos deja mucho que desear, ya que la falta de conocimiento sobre la edición y composición de las imágenes da como resultado interdiscursos burdos; y en cuanto al contenido, valga la comparación, si comer alimento chatarra, de primera instancia daña la salud física, consumir mensajes visuales vacíos, acostumbra al individuo a deglutir de lo mismo; además de que deteriora la capacidad mental para poner atención en otros asuntos de interés que le competen; así como en las aspiraciones a un desarrollo personal y de valores, para una mejor calidad de vida.

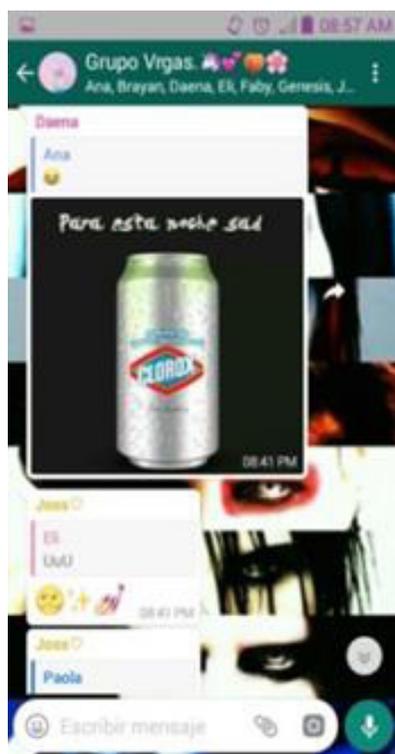


Imagen 27. Creencia en significantes vacíos.

Las implicaciones cognitivas no terminan en el ciberespacio, pues mediante los mensajes acuerdan encuentros en lugares públicos clave, con el único fin de llamar la atención, gritando incoherencias y haciendo fiesta de todo para que los vean y escuchen, o insultando y enfrentando a la policía, para sentirse importantes. Graban videos de lo que sucede en sus reuniones para después hacerlo circular en internet y con ello incrementar su fama. Su participación en temas sociales, políticos o culturales les es ajeno, pues al excluirse, los libera de este compromiso. La molestia que sienten por creer que no son tomados en cuenta no es canalizada de forma adecuada.



Imagen 28 Imagen 3. Reunión de “Seguidores de la Grasa” en un parque público en la Ciudad de México. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=6pWJm8OQcHM>

Recomendaciones

Para el seguimiento de los grupos detectados se sugiere la aplicación de otras técnicas o instrumentos de investigación, por ejemplo, observación participante, entrevistas a profundidad, *focus group* o grupos de discusión, con el fin de obtener de viva voz la información de los participantes. Es recomendable también buscar otros contextos, para verificar si los hallazgos detectados en este trabajo son exclusivos de las clases marginadas o se perciben jóvenes de diversos estratos sociales y educativos. De la misma manera, investigar a cada uno de los grupos encontrados, para encontrar detalladamente lo que los distingue, ¿qué los lleva a afiliarse?, ¿qué les proporciona el grupo para desear su permanencia?, así como el conocimiento que tiene la familia sobre su relación con estos grupos, las experiencias vividas en las reuniones en lugares públicos y lo que imaginan que piensa la gente de ellos, junto con otras interrogantes que enriquezcan el saber sobre todos estos grupos que hoy están en voga. Debido al desinterés observado en algunos profesores de instituciones educativas para apoyar en la recopilación de la información, se propone involucrarlos en el tema, puesto que ellos son los que están

a cargo de los jóvenes estudiantes, para que conozcan los riesgos a los que están expuestos con los mensajes visuales que intercambian cotidianamente y cómo influye en su formación.

En otros aspectos, entender a las familias sobre los peligros que corren sus hijos al involucrarse con jóvenes con intereses diversos; así como de las implicaciones en la permi-

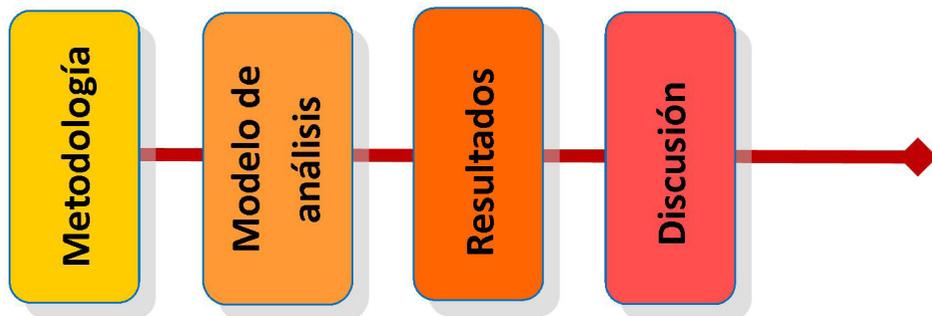
sividad para el uso de los teléfonos o dispositivos móviles.

Otorgar a los jóvenes contenidos más nutritivos para su intelecto, mediante la

- Unidades de análisis
- Muestra
- Técnica
- Códigos de ética
- Tipo de análisis
- Ubicación del investigador
- Desacierto en elección de elementos visuales
- Complejidad de mensajes visuales en conversaciones en grupo
- Prevalencia de texto en historiales
- Discursos sobre amistad, noviazgo, música, morbo, sexualidad
- Lenguaje corriente
- Intimidación de mensajes en cadena
- Papel de troll
- Conversaciones escasas y sin continuidad
- Obstinación por llamar la atención
- Códigos retóricos particulares
- Negación con grupos similares
- Incoherencia entre lo que son y quieren representar
- Creencia en símbolos vanos

Recomendaciones:

- Aplicación de otros
- Enfoque en grupos
- Advertencia a las familias como mediación
- Cursos para profesores
- Filtración de mensajes



- Seriación
- Datos generales
- Códigos icónicos
- Códigos iconográficos
- Códigos retóricos
- Interdiscursos

- Capturas de pantalla de *whatsapp*
- Fórmula de Slovin
- Etnográfica
- Análisis de códigos Semánticos
- Clasificación por tipo de captura de pantalla
- Interpretación abductiva

CONCLUSIONES

- Uso frecuente de *emojis* (interdiscursos)
- Acentuación en lo dicho, carácter y decoración
- *Momos* y *memes* para retener al interlocutor con humor
- Multiplicidad de recursos del teléfono inteligente y aplicaciones de edición
- Habilidad para crear *emoticonos*, seleccionar interdiscursos y *emojis*
- Implicaciones creativas por elección estética
- Selección de videos
- Confianza y control emocional
- Mensajes que promueven el aprendizaje cognitivo
- Inconformidad con lo que quieren

Líneas de investigación:

- Diseñadores-propagandistas
- Alcances-dispositivos
- Magnitud cognitiva desarrollo personal
- Ensimismamiento emocional
- Consecuencias-morbo
- Psicología-recomendaciones mensajes visuales
- Consumo de mensajes ambiente
- Impacto-mensajes en los jóvenes
- Mensajes visuales

Esquema 19. Conclusiones de la metodología II. Nicanor. 2017.

filtración de mensajes chatarra o productos visuales poco productivos para su formación. Como sugerencia última, advertir a los profesores, familias y jóvenes sobre el control que ejer-

cen los mensajes visuales como mediatizadores utilizados por los grupos de poder (autoridades, políticos, publicistas, empresarios y cualquiera con recursos de manipulación).

el ensimismamiento latente en los dispositivos móviles y los mensajes visuales de *momos* y *memes* que intercambian los jóvenes en sus conversaciones, en las aplicaciones de mensajería instantánea?

Instrumentos de investigación virtuales de moda detectados en familias sobre los mensajes visuales de los grupos de poder

- Desconocimiento de grupos análogos.
- Léxico limitado
- Temas exiguos e incapacidad para darle sentido y continuidad a un tema en grupo.
- Fragilidad cognitiva por creencia en significantes superficiales
- Deterioro de la capacidad mental por el consumo de mensajes chatarra
- Consecuencias cognitivas más allá del ciberespacio

Investigaciones-repercusiones-mensajes digeribles en dispositivos móviles-creación de mensajes visuales (mediatizadores)-*momos* y *memes*-aprovechamiento escolar-contrarrestar-efectos de los

Mensajes digeribles-participación en el medio digital-mensajes visuales (mediatizadores)-cognición en dispositivos móviles-*chatarra*-Alzheimer

Así mismo otras interrogantes dan pauta a nuevas líneas de investigación descritas en las líneas siguientes:

1. ¿De qué manera los diseñadores de la comunicación pueden contribuir a fomentar el conocimiento sobre las repercusiones que tienen los mensajes visuales de fácil digestión en la cognición de los jóvenes?
2. ¿Son ilimitadas la gama de posibilidades de los dispositivos móviles para facilitarle a los jóvenes la creación de mensajes visuales?
3. ¿Los jóvenes conocen los alcances a mediano y largo plazo que ejercen los *momos* sobre su cognición y su repercusión en su desarrollo personal en todos los niveles?
4. ¿Qué relación existe entre

5. ¿Qué consecuencias tienen los interdiscursos, *-momos* y *memes*- en el aprovechamiento escolar?

6. ¿Qué propuestas pueden ofrecer los especialistas en psicología para contrarrestar de manera eficaz los efectos de los mensajes visuales en la cognición de los jóvenes?

7. ¿Qué nexos existen entre los jóvenes que sólo consumen mensajes visuales como los *momos* y *memes*, y su participación en el cuidado del medio ambiente?

8. ¿Qué impacto tienen los mensajes visuales como agentes mediatizadores (por parte del gobierno, clase política, empresas publicitarias, etc.) en la cognición de los jóvenes?

El resumen de todo lo anterior se muestra en el esquema 19.

CAPÍTULO IV

4.1 Respuesta general al problema

La pregunta de investigación proyectada en la sección del planteamiento del problema: ¿Cómo evaluar los efectos del discurso visual del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes? encontró respuesta en las dos metodologías aplicadas. La primera de ellas, sustentado en las reflexiones de Eco (2010d), en el sentido de que el discurso es un acto de comunicación, puesto que intervienen un emisor, un canal y un receptor; sin lugar a dudas, en el fenómeno estudiado intervienen estos elementos. Así mismo, de acuerdo con Eco (2010e) el discurso visual es una organización de signos con significados, bajo códigos establecidos en una sociedad. Por lo tanto, **el ensimismamiento** como **uno de los efectos detectados** en los jóvenes con el uso del teléfono móvil se convierte en un **signo**, que proporciona significados. El mismo Eco (2000e) sostiene también que la etnografía permite estudiar **el comportamiento del individuo**, el cual, siempre **oculta significaciones**; por tal motivo, se hizo uso de esta metodología para lograr el cometido.

Las teorías de Eco y mis propias reflexiones me llevaron a considerar el ensimismamiento con el teléfono móvil, hoy en día, como uno de los efectos de los mensajes visuales latentes más notables en los jóvenes; pero para poder avalar esta apreciación, fue necesario no sólo considerar estudios hechos por otros especialistas, sino utilizar técnicas propias. Para ello, como ya se mencionó, se partió de la etnografía, teniendo como caso de estudio a jóvenes de Ecatepec de Morelos, Estado de México, de 15 a 24 años, quienes más utilizan el *Smartphone* (Banamex (2015)). Para justificar la validez del estudio se empleó la fórmula de Slovin (1960), con un margen de error del .10, con una confiabilidad del 90%.

Mediante la técnica de observación directa no participante, se registraron una conducta duradera y dos momentáneas de 100 jóvenes, mientras hacían uso del teléfono móvil en su ambiente cotidiano. Siguiendo las recomendaciones de Buendía, Colas y Hernández

(1998), el tiempo de observación destinado a cada participante fue de 10 minutos, divididos en intervalos de 2, para mayor certeza en los resultados.

Después de la obtención y revisión de los resultados se constató que en el (67%) de los casos, los jóvenes atienden el teléfono y sólo hacen avistamientos breves a su alrededor y pocas veces dividen el tiempo entre el *Smartphone* y la persona que los acompaña; finalmente, en menor medida, los que hacen llamadas durante las dos actividades anteriores.

Los resultados del registro de las observaciones hechas durante 12 días y la evaluación posterior no dejan dudas de la hipótesis que ya se tenía, en cuanto a la presencia del ensimismamiento de los jóvenes en el teléfono móvil; para corroborar tales deducciones se complementó con la recopilación de 100 imágenes en la actividad descrita, que pudieron ser más, ya que no representa ninguna dificultad capturar a los jóvenes en esas condiciones.

Desde la medicina se han hecho estudios sobre la adicción al teléfono móvil; en otros campos (psicología, lingüística, sociología) es vista como dependencia a estar conectado todo el tiempo; y nomofobia o miedo a olvidar el teléfono en el hogar. Todas estas analogías tienen sus propias hipótesis. En lo referente a esta investigación, se decidió utilizar la palabra ensimismamiento, tomando en cuenta la definición de la Real Academia Española (REA), “Ensimismamiento. m. Fil. Recogimiento en la intimidad de uno mismo, desentendido del mundo exterior.” Si se recuerda lo dicho por McLuhan (1994), en el sentido de que la tecnología es una extensión del ser humano, el teléfono móvil se ha convertido en eso, no sólo en una parte esencial del individuo, sino en algo muypreciado que le da seguridad y le hace sentirse bien; por lo tanto, la definición de la REA es la adecuada para hablar del ensimismamiento de los jóvenes, en tanto los hace abstraerse en sí mismos y desatender el entorno.

Esta primera aseveración lleva a detenerse en otras cuestiones, como la percepción del medio físico, pues si se habla de los efectos, desde la Teoría de la Complejidad con García (2006), como cambios, alteraciones, o eventos; una de estas modificaciones tiene que ver con la forma de verse a sí mismo, o el aparato, (dejando ya claro que es una prolongación del ser humano), y es que, hablando físicamente, la posición que se adquiere y obliga para ver el teléfono es hacia abajo, en comparación con la postura que se adopta cuando se ve televisión o un computador,

colocada (o) un poco más arriba o abajo del horizonte del usuario. En el segundo ejemplo, la posición hacia el frente del sujeto le permite tener una visión más amplia de lo que hay a su alrededor, mientras que en la primera, la visión hacia los laterales solo permite ver lo que hay en el suelo. Para compensar esta limitación, los jóvenes hacen avistamientos breves a su alrededor por instinto natural, que les permite estar alertas cuando alguien se acerca.

Estas alteraciones no terminan en la percepción física del sujeto, sus implicaciones van más allá. Con la filosofía de Nicol (2003b), se entiende que el conocimiento es el reconocimiento del Otro y de lo Otro, es decir, en la expresión y en el diálogo con el Otro. Cuando los jóvenes se concentran en el teléfono móvil, este funge como un distractor, un obstáculo que impiden esta relación. El conocimiento del Otro se coarta, de manera que, si muchas veces los jóvenes están abstraídos en el teléfono móvil, como se evidenció en la evaluación, muchas veces también están frenando el diálogo con el Otro. Es pertinente recordar la frase de Buber (2003), “Sólo cuando los medios están abolidos se produce el encuentro”, puesto que se probó también que en ocasiones, los jóvenes intentan atender el teléfono móvil y al Otro al mismo tiempo, creando monosílabos o respuestas automáticas que no llevan a ningún lado. La

insensibilidad de lo que le sucede al Otro y a lo Otro se hace presente, creyendo que estos sólo son aquellos que están a la vista. El reconocimiento del Otro lleva al reconocimiento de sí mismo, cuando esto no se da, difícilmente el individuo se percata de cómo se ve y como vive. En este sentido, los jóvenes no se percatan de las circunstancias desfavorables en las que se encuentran, realizando trabajos sin contratos legales, con sueldos a destajo que no les asegura cubrir los gastos del día. Sin embargo, como ellos mismos lo manifiestan: es lo que hay, no están preparados académicamente, hay una familia formada tempranamente que depende de ellos, las ofertas de trabajo en empresas no es redituable. Además, les es indiferente con quien conviven, sus pares, quienes vocean sus aventuras de dependencia a alguna hierba o sustancia y sus aventuras delictivas. Las declaraciones expuestas no están hechas al aire, la etnografía manifiesta que toda fuente con bases que enriquezca la investigación es bienvenida y, en este caso, hay material grabado para fundamentar lo dicho.

Junto a este desconocimiento del Otro, se evidenció el descuido o desconocimiento de lo Otro, perciben lo que hay, porque es una cualidad innata al ser humano, ubican los árboles que dan sombra, las bancas, los es-

calones, las gradas, la zona donde hay pasto para sentarse, y entrar en actividad con el *Smartphone*. Pero, el conocimiento de lo Otro, no es a corto plazo ni a corta distancia, va más allá. Es advertir lo que hay detrás de todo eso que les rodea. El lugar no es más que un disfraz, una contradicción de lo que no hay en otros en zonas aledañas, por ejemplo, espacios de esparcimiento sano para las familias y jóvenes con una sensación de seguridad, buscan estos espacios porque de alguna manera se sienten seguros a la vista de los policías. Sin embargo, fuera de la zona de seguridad que representa la plaza pública de San Cristóbal Ecatepec, existen lugares sin control, donde traer el teléfono en la mano representa una tentación para los ladrones. Por supuesto, inseguridad que revela la negligencia de las autoridades, la corrupción, el mal gobierno, y la falta de preparación para mantener el orden, aspectos de los cuales, prefieren los jóvenes no preocuparse.

La segunda metodología sirvió para ampliar las pruebas y hacerlas más contundentes. Retomando a García (2006c), los efectos (cambios, alteraciones), comienzan desde los mensajes, que son, recordando a Lorenz (1972), no determinísticos, al no saber a quién (es), a cuántos, hasta dónde, ni como los van a utilizar. Los mismos mensajes en su presentación en las aplicaciones

móviles se han modificado, al intervenir varios de ellos al mismo tiempo.

Para ver sus efectos se partió de la semiótica, que incluye el estudio de los códigos icónicos, iconográficos y retóricos propuestos por Eco (2015). Se utilizó la fórmula de Slovin (1960), para la obtención de la muestra, 100 capturas de pantalla pertenecientes a jóvenes entre 15 y 24 años, de nivel medio superior, pero de diferentes instituciones educativas. Debido a la variedad, las capturas de pantalla se clasificaron en *screen shot*, historiales de conversaciones y de grupo (mujeres y hombres).

Posteriormente se analizaron las capturas de pantalla, dividiendo la información en denotativa y connotativa, para después obtener resultados de los mismos, en cuanto a forma y contenido. Esto último sirvió para llevar a cabo una evaluación desde los niveles cognitivos propuestos por Bloom (Conocimiento, Comprensión, Aplicación, Análisis, Síntesis y Evaluación).

La evaluación permitió corroborar que los jóvenes utilizan sus capacidades intelectuales en un primer nivel, es decir, un rango donde su conocimiento les permite identificar, reconocer y seleccionar los botones de acceso a encendido, volumen, entrada de audífonos, las funciones para tomar una fotografía, grabar un audio; además de la información que

ya contiene el aparato móvil y otra extraída de aplicaciones que brinda la internet. Los jóvenes, como sostiene Corral (1998), poseen una capacidad para manejar aparatos tecnológicos.

El conocimiento que se posee se manifiesta, tanto en el contenido como en la forma, en lo que se expresa, y en cómo se expresa. Hablando visualmente, las formas, colores, texturas que se utilizan en las cosas que son de uso personal, reflejan la cultura del individuo. En este sentido, tampoco aquí se alcanza un rango más alto, los jóvenes no logran diferenciar la armonía que se puede generar mediante la combinación de elementos visuales, tomando aquellos que consideran bonitos, sin comprender las significaciones que pueden alcanzar.

Al no tener la iniciativa para indagar sobre la veracidad de los mensajes visuales que se propagan en cadena, y con una frecuencia impresionante, coloca a los jóvenes, en un nivel cognitivo básico, ya que se dejan influenciar fácilmente por mensajes visuales persuasivos e intimidantes que les crean confusión y descontrol. Con la Teoría de Habermas (1998c), se reafirma la disonancia cognitiva que se crea en los jóvenes.

El rechazo de otros grupos, sin reparar que comulgan en ideas y formas de expresión, lleva a inferir que hay un gran desconocimiento de sus pares y de ellos mismos, al realizar prácticas similares de poca relevancia.

La adopción de códigos determinados por otros grupos, donde todo se reduce a repetir las mismas palabras, aunado a una evidente imposibilidad para darle continuidad a un tema, mantiene a los jóvenes en un nivel cognitivo elemental.

El autismo, palabra con la que se identifican ellos mismos, se hace presente en estas nuevas formas de integrarse, por lo que insisten en pertenecer a algún grupo, ya no real sino virtual. Su referente en la pantalla de conversación muestra que son parte de la comunidad, pero no hay evidencia clara de su existencia en el diálogo que se lleva a cabo en la ventana de conversación.

Lo anterior va estrechamente ligado con el hecho de no diferenciar entre lo real y lo imaginario. Es decir, su convicción en significantes que circulan en la red es tan fuerte, que los lleva a creer que estos son favorables para aliviar sus pesares y tristezas de un momento a otro.

Pero de lo que sí se dan cuenta, es del material que postean, con el único fin de dar momentos de diversión a sus interlocutores. Esto es más grave todavía, ya que no hay aspiraciones para crear algo más fructífero en la mente, lo que deriva en que se vuelvan consumidores de mensajes chatarra o basura.

Con todo lo anterior se afirma que los jóvenes, si se toma como base la tabla de Bloom, usan su conocimiento en el primer nivel, ya que saben identificar, localizar, seleccionar, más no logran distinguir, relacionar, explicar, transformar y comprender las denotaciones y connotaciones de los mensajes visuales con los que tratan continuamente en la aplicación *whatsapp*. Con estas aseveraciones, la Teoría de Corral (1998) sobre las facultades operacionales de los jóvenes adquiere contundencia, como se puede ver, los jóvenes muestran grandes habilidades para operar el teléfono móvil. Sin embargo, el conocimiento va más allá de la simple manipulación de un aparato, pues conlleva como es de esperarse, otros niveles no alcanzados.

Por lo tanto, en este caso, los efectos de los mensajes visuales en la cognición de los jóvenes son adversos, ya que en vez de reforzar el avance en el intelecto, por el contrario, los frenan, pues de acuerdo con el Instituto Superior de Estudios Sociales y Sociosanitarios (ISES) (2017), cuando no se llevan a cabo ejercicios y prácticas propicias o adecuadas para incitar y optimizar las capacidades cognitivas, estas pueden llegar a deteriorarse con el tiempo, al grado de poder ocasionar Alzheimer. Al respecto, la Confederación Española de Alzheimer (2013), aconseja, incrementar la reserva cognitiva a través del trabajo de habilidades intelectuales y estimulación cognitiva que provoque la exposición a retos o estímulos nuevos. Cuando no hay un esfuerzo mental, las capacidades intelectuales se averían en un lapso más corto.

Cabe destacar que los efectos cognitivos detectados pertenecen al grupo de estudio muestra seleccionado, que comprenden ciertas características, entre ellas edad de 15 a 24 años y nivel social bajo típico, según el Instituto de Investigaciones Sociales (2016), muestreados en el segundo municipio más poblado de México. De manera que los resultados pueden variar en función del cambio de variables. Es de señalar que aunque se utiliza la Taxonomía de Bloom para la evaluación, los teóricos de base siguen sosteniendo el estudio realizado.

4.2 Respuesta a preguntas secundarias

Las preguntas de investigación, del número dos al cinco, asentadas en la sección del planteamiento del problema tienen respuesta en el orden siguiente:

2. ¿Cuáles son los discursos visuales que más usan los jóvenes en el ciberespacio social para comunicarse?

Los discursos visuales que tuvieron más presencia en las conversaciones analizadas son los *emojis*, puesto que se han hecho costumbre en diferentes sitios de redes sociales, de modo que, aunque no todos son entendibles, muchos jóvenes los utilizan. Las imágenes y videos de chistes extraídos de otros sitios o recibidos de sus contactos, son también de los interdiscursos más consumidos. Las letras para crear *emoticonos* frecuentemente se ven plasmadas en las conversaciones.

3. ¿Qué fines le dan al discurso visual del ciberespacio social los jóvenes de Ecatepec?

Estos interdiscursos, como también se consienten aquí, sirven para acentuar lo dicho en algunas líneas textuales, para darle más carácter a los mensajes en cadena, y en otras para decorar el perfil del usuario. En cuanto a los *memos* o videos de chistes, son usados para mantener la atención del interlocutor, atraparlos mediante el humor. Los mensajes en general sirven para intercambiar ideas sobre amistad, noviazgo, música, morbo, sexualidad o temas de escuela.

4. ¿Qué recursos utilizan los jóvenes para crear sus discursos visuales en el ciberespacio social?

Los recursos son varios, el teclado donde se localiza mediante un icono del banco *emojis*, el *clip* que sirve para adjuntar o traer imágenes guardadas en el mismo computador y *laptop*, dispositivo móvil o bien, directamente de la internet. Además de estos recursos está disponible la cámara fotográfica para tomar una foto al instante y hacerla parte del mensaje. Uno de los recursos poco usados pero que representa una opción es el icono con la cámara de video para hacer tomas en movimiento. Actualmente la grabación de audio es un medio al cual también se recurre, de hecho, aunque es sonido, tiene una representación visual en la conversación, dando la posibilidad de repetirlo o detenerlo cuando se desee, e interviene también en el orden de la lectura. Se anexan a estos recursos las aplicaciones que sirven

para editar los mensajes visuales con *Whatsaffe*, *Drawto*, *Lipix*, *Cool fonts*, *Stickers*, *Photo comic bubble*, *Memes for whatsapp*, *Status for whatsapp*, *Skins and HD backgrounds*, *Fontsy*, *Whatssound* *Whatstapp*, y algunos más que ya están en línea mientras se redactan estas líneas.

5. ¿Qué implicaciones cognitivas tienen los mensajes visuales del ciberespacio social en los jóvenes?

Con la primera metodología, de observación directa, se logró corroborar que hay un ensimismamiento en los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil. Este ensimismamiento se justifica con la frase: **El medio es el mensaje**. En otras palabras, lo que ven en el teléfono móvil es tan fascinante que los mantiene ensimismados, recogidos en sí mismos. Un comportamiento que impide la expresión y el diálogo, el reconocimiento del Otro y de lo Otro; en este último, las consecuencias no terminan en la percepción a corta distancia y a corto plazo, sino que van más allá y que le niega ver los problemas económicos, políticos, sociales (culturales y educativos) que le competen por ser parte de una sociedad.

La segunda metodología, análisis de *screen shots* de *whatsapp*, sirvió para probar la existencia de otros efectos de los mensajes visuales en la cognición de los jóvenes. Entre ellos, la limitación en su creatividad al tener múltiples funciones y herramientas al alcance de la mano, brindadas por los dispositivos móviles. De la misma manera, la reducida apreciación en la estética de los mensajes visuales, que refleja su despreocupación por una educación cultural. Apropiación del rol de *trolles* (provocadores) y repetidores de mensajes visuales en cadena. Adopción de códigos e ideas de otros grupos que no asimilan con claridad, sumado al reducido léxico usado en sus conversaciones. Incongruencia al fusionar lo real y lo imaginario es uno más de los efectos encontrados en los jóvenes, quienes creen en significantes vanos. Para rematar, el impedimento del desarrollo intelectual y la resolución de problemas de la vida cotidiana al consumir mensajes chatarra, (*memes* y *momos*), cuyo único fin es la diversión del Otro y de sí mismo.

4.3 Respuesta al objetivo general

Proponer una metodología para analizar los efectos del discurso visual del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes.

Para cumplir el objetivo general se desarrollaron dos metodologías. En la primera de ellas (más inclinada al método cuantitativo), en lo referente al modelo de procedimiento, la unidad de análisis se enfocó en jóvenes entre 15 y 24 años, se usó la fórmula de Slovin (1960), reservando la identidad de los participantes, con la técnica de observación directa y utilizando la etnografía interpretativa. En tanto la observación fue no participante del investigador para no involucrar cuestiones emocionales. En cuanto al diseño de análisis, se registró el número asignado a cada sujeto, el tiempo (inicio y término), la conducta duradera que es el ensimismamiento con tres conductas momentáneas, la frecuencia y los resultados, con lo cual se analizaron los resultados y posteriormente hacer una evaluación.

La segunda metodología (con un carácter más cualitativo), igualmente se centra en jóvenes de 15 a 24 años, se utiliza la misma fórmula de Slovin para obtener la muestra, el código de ética aclara no exhibir el nombre de los participantes; la técnica se basa en la etnografía propuesta por Eco (2010f), con análisis visuales y retóricos. Finalmente, para complementar la investigación se utilizó la abducción, donde se tomó en cuenta la intención del emisor y la interpretación personal del destinatario. Sobre el diseño de análisis, se numeraron los *screen shots*, se registraron los datos generales (soporte, género, discurso y tema), seguidamente los códigos icónicos e iconográficos, posteriormente los códigos retóricos y los interdiscursos (emitidos y recibidos, así como la jerarquía). Esto permitió obtener las denotaciones y connotaciones para posteriormente poder realizar una evaluación.

El objetivo se alcanzó en un 100%, en cuanto que lo proyectado que era proponer una metodología para analizar los efectos del discurso visual en la cognición de los jóvenes. En este sentido, se hicieron dos propuestas, cada una con sus propias características para dar mayor seguridad en los resultados. Mediante la primera metodología se obtuvieron tablas y gráficas que sirvieron de indicadores para demostrar la existencia de uno de los efectos de los mensajes visuales más perceptibles que es el ensimismamiento de los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil.

En la segunda metodología se aplica un análisis desde la semiótica, con los códigos propuestos por Eco, es decir, a través de la interpretación abductiva (método etnográfico), con lo cual se hacen inferencias no sólo provenientes de la teoría del autor antes mencionado que sustenta esta parte, sino también de observaciones propias procedentes del estudio escolar y la experiencia profesional como diseñador y docente, lo que facilitó el desmenuzamiento de los mensajes visuales, al mismo tiempo que los resultados obtenidos fueron bastante enriquecedores y sirvieron para corroborar otras hipótesis presenciadas en los salones de clase.

4.4 Cumplimiento de objetivos secundarios

Los objetivos específicos fueron cumplidos como se planearon. No en el orden establecido, ya que justificado en la creatividad, lo importante es desarrollar todos los pasos adecuadamente, manteniendo el orden donde así se requiera, y saltando y regresando en algunos cuando se considere pertinente. Los objetivos enlistados se desarrollaron de la manera siguiente:

1. Revisión de literatura existente sobre teorías relacionadas con cada una de las categorías que conforman el título del proyecto, así como otros encaminados a estudiar los efectos del discurso visual del ciberespacio en la cognición de los jóvenes en los espacios públicos. La consulta de diferentes fuentes como: libros, artículos, revistas, periódicos, folletos, páginas de internet, permitió obtener información con significancia, que sustenta la conformación del marco conceptual y teórico.
2. Identificación y se establecimiento del rango de edad de los jóvenes de Ecatepec para la muestra de estudio, que sirvió para delimitar el universo de estudio y facilitar la aplicación de los instrumentos para la obtención de información.
3. Observación y descripción del comportamiento que tienen los jóvenes de Ecatepec, para obtener más información sobre cómo se conducen en su ambiente cotidiano, cuando navegan en el ciberespacio social con el teléfono móvil.

4. Desarrollo de dos instrumentos para la obtención de información sobre los efectos del discurso visual en la cognición de los jóvenes del Estado de México. Uno para observar de manera directa el ensimismamiento de los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil en su ambiente habitual y otro para analizar *screen shots*, donde se manifiestan los efectos de los mensajes visuales del ciberespacio social en la cognición de estos jóvenes. Una vez terminados ambos instrumentos se aplicaron a la muestra seleccionada para obtener los resultados.

5. Análisis de los mensajes visuales (*screen shots*) de la aplicación *Whatsapp* que los jóvenes utilizan para comunicarse, con el fin de descubrir significaciones. Para ello se hizo uso de la semiótica y los códigos retóricos definidos por Eco.

6. Interpretación de la información obtenida de los diferentes métodos utilizados en el proceso de investigación para corroborar la existencia de los efectos del discurso visual en la cognición de los jóvenes del Estado de México.

Los seis objetivos específicos citados fueron desarrollados con cautela para obtener información lo más certera posible, con lo cual sólo queda verificar si se comprobó la hipótesis.

4.5 Conclusiones: respecto a la comprobación de la hipótesis

Hipótesis: Si se propone una metodología para analizar el discurso visual del ciberespacio social, se podrán evaluar sus efectos del discurso visual en la cognición de los jóvenes del Estado de México.

Mediante las metodologías elaboradas y posteriormente aplicadas y tomando en cuenta que tienden más a lo cualitativo, el primer instrumento (de observación directa) sirvió para demostrar que el ensimismamiento es un efecto de los mensajes visuales del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes, ya que muchas veces se les encuentra en este estado, pocas veces se les observa atendiendo su teléfono y a un acompañante (cuando es el caso); de la misma manera, se les ve llamando por teléfono entre estas dos activi-

dades. Se deja claro nuevamente, que no es el ensimismamiento con el teléfono móvil, lo que se pretendía probar, sino el aparato como el medio a través del cual los jóvenes pueden enviar mensajes visuales de manera instantánea, en cualquier lugar (mientras haya señal), y de manera permanente; es decir, los mensajes visuales son los causantes del ensimismamiento, pero si el medio es el mensaje, el *smartphone* se convierte en el mismo mensaje. Este efecto no es considerado una adicción en tanto no alcanza el nivel de trastornos mentales, de acuerdo con el DSM (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), Manual de Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la Asociación Americana de Psiquiatría (*American Psychiatric Association, APA*) (1995), el cual contiene descripciones, síntomas y otros criterios para diagnosticar trastornos mentales. Sin embargo, sí es una alteración del discurso visual en la cognición, puesto que, si muchas veces los jóvenes están abstraídos en el teléfono móvil, muchas veces también están negando el reconocimiento de sí mismos, del Otro y de lo Otro. Además de ser un comportamiento que es cada vez más frecuente y en edades más tempranas.

La segunda metodología aplicada permitió corroborar estos aspectos: se crea incertidumbre al dejarse llevar por la recepción y el reenvío de los mensajes visuales en cadena; el conocimiento del Otro y de lo Otro se da a través de significantes; el referente se opaca, ya que cada vez más se cree en lo que hay en el mundo virtual; la existencia de falsas identidades; así como mentiras y auto-engaño. Así mismo, permitió encontrar otros efectos como la limitación creativa por el exceso de funciones y herramientas para la creación de mensajes visuales; ignorancia del sentido estético; desconocimiento de otros grupos con las mismas ideas; incompreensión de códigos semióticos e imposibilidad para darle continuidad a un tema; vocabulario reducido; inconsciencia de su papel en el mundo real y virtual; exageración en la creencia de significantes virtuales vanos y el consumo y posteo de mensajes chatarra.

Hay por supuesto, efectos positivos que prevalecen, como la posibilidad de conocer y charlar con otras personas, la ampliación del círculo de amigos, estar en contacto con la familia, integrarse a grupos de acuerdo a los intereses de los jóvenes.

Por último, evaluar los efectos de los mensajes visuales encontrados desde la Taxonomía Cognitiva de Bloom, sirvió para delimitar los efectos dentro de la cognición, al mismo tiempo de verificar que la hipótesis se cumple, ya que se llevaron a cabo dos metodologías que permitieron evaluar los efectos del discurso visual del ciberespacio social en la cognición de los jóvenes del Estado de México. De este modo, se puede asegurar que los mensajes visuales son usados por los jóvenes en un nivel básico de conocimiento, es decir, saben identificar, localizar, seleccionar; pero no logran rebasar ese nivel para distinguir, relacionar, transformar, explicar y comprender la información que manejan. El uso que le dan a su conocimiento no logra alcanzar el nivel de aplicación, pues como se deja ver en los resultados, las consecuencias más allá del ciberespacio, como la indiferencia ante asuntos de relevancia social, política y cultural, les impide su disposición para emplear su conocimiento en la resolución de problemas de la vida cotidiana. Todo lo dicho en líneas previas se traduce en el esquema siguiente:



CONCLUSIONES DE LA COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Esquema 20. Ideas principales de las conclusiones para la comprobación de la hipótesis. Nicanor. 2018.

4.6 Otros hallazgos

4.6.1 Hallazgos, capítulos II y III

Los jóvenes estudiados son vulnerables por las limitantes que tienen para acceder a internet. Otros factores son la distancia y la economía, pues debido a la falta de recursos y al alejamiento de las escuelas y espacios de cultura, se pierden oportunidades para el desarrollo y la formación y por ende, para una mejor asimilación de los mensajes visuales, es decir, estos jóvenes debido a sus condiciones, utilizan el teléfono móvil, generalmente, para chatear, bajar música o películas y mandar mensajes.

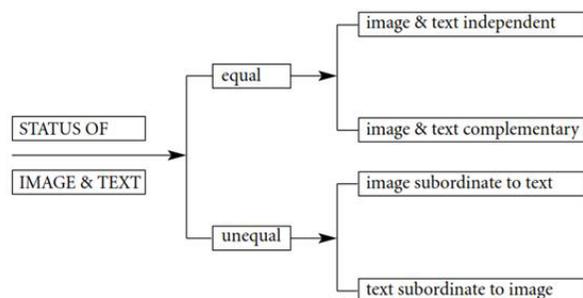
Los auténticos *millennials* tienen condiciones diferentes, descienden de padres con recursos académicos y económicos que los acercaron a los espacios culturales (escuelas, museos, teatros, eventos deportivos y tecnológicos). Viven en zonas cercanas a estos espacios, lo que significa jóvenes mejor preparados, con mejor uso de la tecnología, al grado de convertirse en creadores de videos, aplicaciones, *booktubers*, *blogueros*, líderes de opinión y de tendencias.

Dentro del ciberespacio se encontraron muchas actividades positivas, por ejemplo: programas de responsabilidad social,

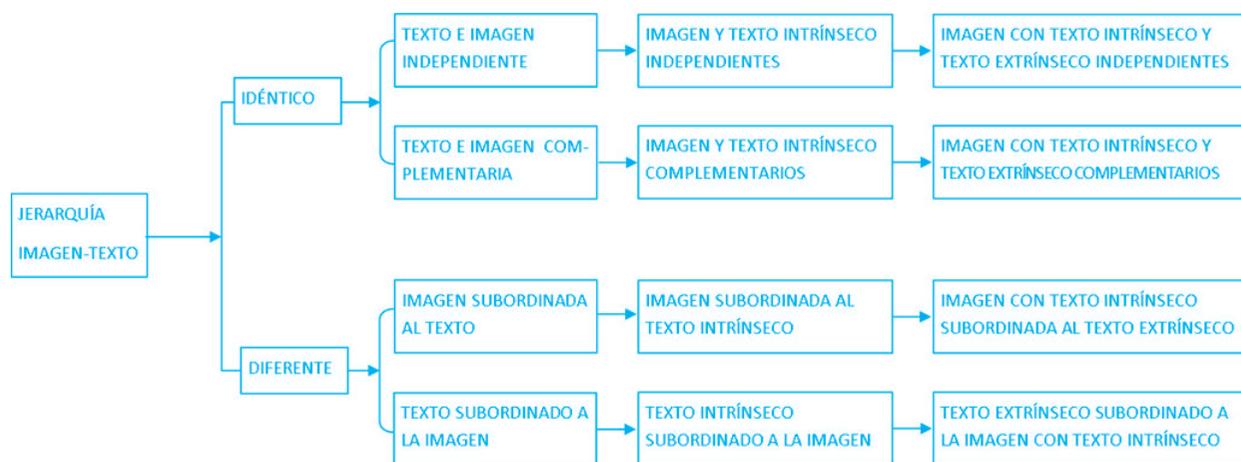
entre ellas, alerta amber, organismos para apoyar a mujeres, discapacitados, adultos mayores y jóvenes. Otros artísticos y culturales, académicos, deportivos y medioambientales.

No obstante se encontraron efectos cognitivos adversos, entre los más notables: la dependencia (al aparato y a los mensajes recibidos), ansiedad, estrés, duda, descontrol y desconfianza. Otros más vinculados con el estado emocional: desmotivación, aislamiento, la sujeción a la validación de los demás, la insatisfacción del ego y la autorrealización, el autoengaño, la mentiras amorosas, entre otras.

La detección de vinculaciones y jerarquías cada vez más complejas en la producción e interpretación de mensajes visuales exigió el replanteamiento de la relación imagen-texto de Martinec y Salway (2005). Como lo muestran los Esquemas 21 y 22.



Esquema 21. Sistema de relaciones de estatus imagen-texto. Martinec y Salway (2005).



Esquema 22. Replanteamiento jerárquico imagen-texto, con base en el uso de interdiscursos. Nicanor. 2017.

4.6.1.1 Otros aciertos entre categorías: a) Efectos-Ciberespacio Social, b) Efectos-Jóvenes se desarrollan en las líneas siguientes:

a) Efectos-Ciberespacio Social.

Existe una predisposición a ver el teléfono móvil desde las primeras horas del día hasta altas horas de la noche. La necesidad de los jóvenes por pertenecer a un grupo, los lleva a hacer uso de las redes sociales. La impaciencia por ver la información lo más pronto posible, conlleva surfear en el ciberespacio sin rumbo fijo.

La dispersión de la atención por la pluralidad de información, implica también una indiferencia por recapacitar en temas de la vida cotidiana de gran importancia. Además del descuido en actividades de trabajo, escolares, familiares y de amistades.

b) Efectos-Jóvenes

La dispersión de la atención de los jóvenes ante la multiplicidad de información, tiene como consecuencia, la falta de interés en temas económicos, políticos, culturales, sociales y de valores, que le conciernen como miembro de una sociedad y el descuido en actividades de trabajo, escolares, familiares y de amistades.

4.6.2 Recomendaciones

Se consideran pertinentes las siguientes:

- Aplicar las metodologías, tanto en México como en otros países, con las mismas características para complementar o refutar la información obtenida de este estudio.

- Variar las categorías de acuerdo a las consideraciones del investigador, pero manteniendo el contexto original de este trabajo.
- Aplicar las metodologías en otros estratos sociales y educativos para comparar la información con los resultados obtenidos en este proyecto.
- Hacer estudios sobre los efectos del teléfono móvil, seleccionando grupos independientes de mujeres y hombres, para ver las diferencias entre unos y otros.
- Establecer la relación entre los jóvenes, los dispositivos móviles y la delincuencia, para observar su participación como víctimas y victimarios en el robo de estos aparatos.
- Aplicar también otros instrumentos de investigación, pero manteniendo el tema para ampliar los estudios sobre el tópico.
- Profundizar los estudios en los grupos virtuales detectados en este trabajo para incrementar los conocimientos sobre estas comunidades.
- Hacer partícipes a los profesores de las escuelas, sobre todo de nivel medio superior, para que alerten a sus alumnos sobre los peligros en el ciberespacio social.
- Advertir a las familias de los jóvenes mediante campañas publicitarias de los riesgos que corren sus hijos al consumir ciertos mensajes visuales que circulan en el ciberespacio social.
- Filtrar los mensajes visuales chatarra para evitar que sean consumidos por los jóvenes.
- Informar a los jóvenes sobre la manipulación de grupos de poder, mediante mensajes visuales con sentido.

4.6.3 Líneas de investigación

Para otras disciplinas de diferentes áreas interesadas en el tema se proponen algunas líneas de investigación desarrolladas en los puntos siguientes:

- Realizar estudios sobre las implicaciones en el desarrollo personal y profesional de los jóvenes y el ensimismamiento con el teléfono móvil.
- Profundizar sobre quiénes son los verdaderos *millennials*, y quienes simplemente operadores de dispositivos móviles.
- Ahondar sobre las facilidades que otorga el ensimismamiento de los jóvenes en los teléfonos móviles para la delincuencia.
- Examinar las condiciones precarias de los jóvenes, el uso de dispositivos móviles y su inclusión en la sociedad.
- Realizar estudios desde el diseño sobre las repercusiones de los mensajes basura y hacer propuestas para contrarrestarlos.
- Reflexionar sobre los alcances que tienen los dispositivos móviles en la creación de mensajes visuales.
- Ahondar en los estudios sobre la magnitud cognitiva que tienen los momos en el desarrollo personal y de valores de los jóvenes.
- Ampliar los análisis sobre el vínculo que existe entre el ensimismamiento en los teléfonos inteligentes y los mensajes chatarra.
- Establecer relaciones entre momos y memes, en el aprovechamiento escolar de los jóvenes.
- Evaluar desde la psicología y la neurociencia los efectos cognitivos de los mensajes vacíos en los jóvenes.
- Revisar el consumo de mensajes fácilmente digeribles de los jóvenes y su participación en el medio ambiente.
- Esclarecer el papel de los mensajes visuales superfluos como mediatizadores utilizados por los grupos de poder y su repercusión en la cognición de los jóvenes.
- Proporcionar cursos sobre el análisis de mensajes visuales del ciberespacio social, para profesores y personas interesadas en el tema, cuya planeación se encuentra en los anexos de este documento.

- Filtrar y distribuir mensajes visuales con sentido en cantidades mayores, desde los centros escolares, para los jóvenes del Estado de México y otras latitudes, mediante el programa Whatsapp Bulk Message, como se sugiere y visualiza en el Esquema presentado en los anexos de este trabajo.

4.7 Limitaciones

- En el terreno de la comunicación y el estudio de la imagen, las líneas de investigación son tan específicas, que resultó difícil encontrar un especialista para el análisis de los mensajes visuales.
- La falta de interés en el proyecto de investigación por parte de otros profesionistas, obstaculizó la adquisición de nuevos conocimientos.
- Los compromisos profesionales de algunos especialistas en el tema, impidieron una asesoría personal y una retroalimentación que pudo ser bastante fructífera.
- La apatía de profesores con posibilidad de conseguir el material de análisis, retrasó el proceso de investigación.
- El miedo de los estudiantes a revelar el contenido de sus mensajes, frenó por momentos el desarrollo deseable del proyecto.
- La falta de profesionalismo de los integrantes de instituciones públicas que ofrecen servicios de asesoría sobre tecnología al usuario, provocó la pérdida de tiempo en espera de respuestas que nunca llegaron.

Pese a todos los inconvenientes presentados, las actividades en la investigación no cesaron y sirvieron de pauta para otorgar más seguridad en el avance de la investigación realizada. El aprendizaje puede ser formal, no formal e informal. La primera adquirida en las universidades, tanto en la que me matriculé desde un inicio, como en aquellas que

me abrieron las puertas para tomar clases en sus instalaciones, por ejemplo, la estancia internacional en la Universidad Jaume I, en España, que sirvió para asimilar las formas de investigación de otros expertos, así también, las instalaciones y las fuentes de consulta al alcance de la mano, fueron de gran valía para adentrarse en el tema que se expuso. La movilidad a la Universidad Metropolitana de Xochimilco, ayudó a recibir retroalimentación de profesores y compañeros con enfoques diferentes; así como a adquirir más confianza en la integración con otros grupos de trabajo. La no formal, adquirida en los coloquios y conferencias a las que asistí, las charlas con algunos profesores quienes sin ninguna reticencia compartieron sus conocimientos. La enseñanza informal se obtuvo en las pláticas con los compañeros de piso y personas quienes intervinieron con su visión sobre los acontecimientos de su país y el mío, en las experiencias vividas en las calles, en los museos, galerías, en la observación de aparadores, el diseño de hoteles, espectaculares colocados en las fachadas de edificios, iglesias y otros tantos espacios en naciones diversas, que sirvieron para ilustrar y conseguir experiencias reflejadas más tarde en este trabajo.

4.8 Notas

¹ Biólogo y filósofo austríaco, reconocido fundamentalmente por su teoría de sistemas.

² Matemático y meteorólogo estadounidense, pionero en el desarrollo de la teoría del caos.

³ Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

⁴ Grupo de jóvenes reducido, que son los que marcan las tendencias y los que tienen visibilidad en los medios, en las instituciones, en las redes sociales y demás. Gerber Bicecci V., “Pinochet Cobo Carla. La era de la colaboración. Mapa abreviado de nuevas estrategias artísticas” en Jóvenes, Culturas urbanas y redes digitales. García Canclini, N.; Cruces Francisco; Urteaga Castro P. M. Fundación Telefónica. 2012.

⁵ Son aquellos que nacieron en, o después de 1982, definidos por los autores como más numerosos, más educados y más étnicamente numerosos que traerán grandes cambios en el siglo XXI.

⁶ Edificio o área donde se puede conectar a internet a alta velocidad de modo inalámbrico (Dictionary Cambridge, 2017).

⁷ Es el componente interactivo de un producto (hardware y/o software) que le permite a las personas realizar las tareas para las cuales está concebido, en su trabajo o su vida cotidiana.

⁸ Ítem desde el cual se abre la aplicación.

⁹ Movimiento de uno o varios fotogramas, alrededor de 3 a 5 segundos de duración, y que se repite de ma-

nera continua.

¹⁰ Proviene de la palabra griega “Mimesis”, que significa imitar.

¹¹ Gabinete de Comunicación Estratégica.

¹² Mensajes visuales con un significado propio que se insertan en un mensaje fijo.

¹³ Interactive Advertising Bureau (Agencia de Publicidad Interactiva).

¹⁴ Mesa Internacional sobre libros para jóvenes.

¹⁵ Dispositivos utilizados para hablar por teléfono sin usar las manos para sujetar el teléfono móvil con las manos o cerca de la oreja.

¹⁶ Es el punto intermedio entre lo remoto y lo público y lo personal o privado. Implica la cercanía de la burbuja protectora, pero no el ingreso a la misma. Hall, E. T. (1963). *A System for the notation of proxemic behavior*. American. Chicago: American Anthropologist.

4.9 Bibliografía

A.C., CCPLSPYJ, (2012). ‘La violencia en los municipios de México’.

Acosta, E. y Zambrano, J. (2015) *Desarrollo de aplicaciones web y móviles usables, accesibles, sociables: una forma de potenciar la experiencia del Usuario (UX)*. Colombia.

Acha, J. (2008). *La apreciación artística y sus efectos*, Trillas, México.

Adsis, F. (2013). *El futuro comienza hoy. Estudio sobre las expectativas y actitudes de estudiantes españoles de la ESO*. España: Fundación Adsis.

Aguirre, R. J. M. (2004). ‘Ciberespacio y comunicación: nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI’, *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*.

Alcántara, P. M. (2014). ‘Las unidades discursivas en los mensajes instantáneos de wa-sap’, *Estudios de lingüística del español*, pp. 223-242.

Alfonso, S. M. y Cruz Moya, O. (2015). “Hey there! I am using WhatsApp”: a preliminary study of recurrent. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 52-60.

Almanza, B. V. y Rodríguez, Ramírez, I. (2011). ‘Uso, consumo y apropiación del teléfono celular en un contexto urbano (Distrito Federal)’, *Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, no. 3, pp. 74-103.

Alonso, L. E. y Fernández, Rodríguez, J. (2006). ‘Roland Barthes y el Análisis del Discurso’, *EMPIRIA*, pp. 11-35.

- Andreella, F. (2015). 'La interioridad', *La jornada*, pp. 8-10.
- Araya Castillo, L., P. G.M. (2013). 'Uso de los celulares en los jóvenes chilenos de bajos recursos', *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, pp. 109-121.
- Arquette, S. (2004). Sound Like City. *Theory, Culture & Society*, Vol. 21 (1):, 159-168.
- Asociación Mexicana de Internet (2016). '20º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México', Asociación Mexicana de Internet.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*, The Clarendon Press, Oxford.
- Ausubel, D. (2009). *Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo*, Trillas, México.
- Balandier, G. (1993). *El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales: elogio de la fecundidad del movimiento*, Gedisa, Barcelona.
- Banamex (2015). 'Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura', Banamex, México.
- Barthes, R. (2001). *Fragmentos de un discurso amoroso*, Siglo XXI, México.
- Bauman, Z. (2009). *Ética posmoderna*, Siglo XXI, España.
- Bauman, Z. y Dossal, G. (2014). *El retorno del péndulo*, Fondo de Cultura Económica, España.
- Belinchon, M. e Insúa, P. (2004). "Alteraciones del relato", *Arbor*, pp. 157-187.
- Belyaev, D. (2016). 'Cinco peligrosos virales que no debes hacer', *Publinews*, 13 Octubre 2016.
- Benedikt, M. (2008). 'Cityspace, Ciberspace, and the Spatiology of Information', *Journal. Virtual, Words Reserch*, Julio 2008.
- Berardi, F. (2007). *Generación Post-Alfa: patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires. Tinta Limón.
- Bertalanffy, V. L. (1976). *Teoría general de los sistemas*, Fondo de Cultural Económica, México.
- Blásquez, D. (2016). 'Los 8 challenges de las redes sociales que terminaron en tragedia', *Los replicantes*, 2 Junio 2016.
- Braudillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona.
- Briggs, J & Peat, F. D. (1999). *Las siete leyes del caos. Las ventajas de una vida caótica*, Grijalbo, Barcelona.
- Buber, M. (2003). *Yo y Tú, y otros ensayos*, Limod, Argentina.

- Buendía, C. H. (1998). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*, McGraw-Hill/Interamericana, Madrid.
- Calero Vaquera, M. L. (2014). El discurso de WhatsApp entre el messenger y el sms. *Oralia*, 85-114.
- Canclini, G. N. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, editoriales y la música*, Ariel, Barcelona.
- Carr, N. (2011). *Superficiales*, Taurus, Bogotá, Colombia.
- Carnap, R. (1993). La superación de la metafísica, mediante el análisis lógico del lenguaje. En A. J. Ayer, *El positivismo lógico* (págs. 1-18). Madrid: FCE.
- Casalmiglia, B. H., y Tusón, V. A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Castells, M. (1997). *la sociedad de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. I, Alianza Editorial, Madrid.
- Castells, M. (2000). 'La Edad de la Información: ', Alianza, Madrid.
- CEPAL. (2011). *Panorama Social de América Latina*. Chile: ONU.
- CINCO (2015). 'Primera Encuesta Nacional sobre Consumos digitales y Lectura', Banamex, ANUIES, CIDE, CFN, CFE, UAM, UI, UAM, IJ.
- Castro, R. (2001). La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular. Madrid, España.
- Colom, A. J. (2002). *La (de) construcción del conocimiento pedagógico. Nuevas perspectivas en la teoría de la educación*, Paidós, Buenos Aires.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2016). *Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016*. Santiago: Naciones Unidas.
- CONEVAL. (2015). *Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social*. México
- Confederación Española de Alzheimer 2013, 'Los neurólogos aconsejan vida sana y estimulación cognitiva para evitar el Alzheimer', Médico, Navarra.
- Corral, I. A. (1998). *De la lógica del adolescente a la lógica del adulto*, Trotta, Valladolid.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry Research Design. Choosing among Five Traditions*, Londres.
- Cruces, F. (2012). Jóvenes y corrientes culturas emergentes. En C. N. García, F. Cruces, y M. Urteaga, Castro Pozo, *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (págs. 141-168).

Barcelona: Ariel.

Da Concencaio, D. A. M. (2008). *Para comprender la complejidad*, Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C., México.

Da Fonte, R. y Caiado, R. (2014). Prácticas discursivas multimodales en WhatsApp: un análisis verbo-visual. *Revista del Programa de Postgrado en Literatura en la Universidad de Passo Fundo*, 475-487.

DEKRA. (2015). *Los peatones que cruzan las calles: La distracción por smartphone plantea riesgos*. Alemania: Comunicaciones Corporativas Dekra.

Delgado, M. D. y Bravo, J. (2011). Dimensiones de análisis de la telefonía móvil como industria y objeto cultural. *Virtualies* No. 4, 93-126.

Derechos digitales en México: ganadores y perdedores de la reforma en México. (2015). *México conectado: más internautas, mismas brechas*. México: Fundación Ford.

Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*, Lumen, Barcelona.

Eco, U. (1994). *Signo*, Labor, Colombia.

Eco, U. (1997). *Kant y el ornitorrinco*, Penguin Random, Barcelona.

Eco, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*, Lumen, Barcelona.

Eco, U. (2010). "El mensaje persuasivo: la retórica", Grupo Editorial España, Lumen.

Eco, U. (2010). *La mirada discreta. Semiótica de los mensajes visuales. La estructura ausente.*, Lumen, Barcelona.

El instituto de investigaciones sociales (2016). '#NARRATIVASNSE 21.7% de la población nacional pertenece al segmento D.', Social, México.

eMarketer. (2014). *Millenials: México's Digital Trendsetters*. Nueva York.

ENDUITH. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. México.

ENDUTIH. (2015). *Hogares con conexión a internet por entidades federativas*. México.

ENOE. (2011). *Indicadores estratégicos de ocupación y empleo*. México.

Estratégica, Gabinete de Comunicación 2015, 'Las ciudades más habitables de México', Calidad de vida, México.

Fairclough, N. (1990). *Language and power*, Longman Group, Singapur.

Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. , Stanford University Press, Stanford, CA.

Estratégica, G. D. (2014). Las ciudades más habitables de la Ciudad de México.

Feijoo, C. (2010). Comunicaciones móviles y sociedad. Telos: *cuadernos de comunicación*

e innovación, 21.

- Fondevia, G. F. Carrera, Alcalde, M, Mir, B. P., Del Olmo, Arriaga, J.L. y Pesqueira, Zamora, M. J. (2014). 'El impacto de la mensajería instantánea en los estudiantes en forma de estrés y ansiedad para el aprendizaje: análisis empírico', *Didáctica, Innovación y Multimedia*, vol 10, no. 30, pp. 1-15.
- Forbes. (2017). *Millenials: el poder de la investigación sobre la confianza*. México.
- Gabinete de Comunicación Estratégica (2015). '¿Qué tan conectado está? Ecatepec de Morelos, Estado de México'.
- Gabinete de Comunicación Estratégica (2016). 'Las ciudades más habitables de la Ciudad de México'.
- García, C. N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa.
- García, R. (2009). *El conocimiento en construcción: de las formulaciones de Jean Piaget a la teoría de los sistemas complejos*, Gedisa, Barcelona.
- García, R. (2006). *Sistemas complejos. Conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*, Gedisa, Barcelona.
- Geser, H. (Mayo de 2004). *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile Phone. Online Publications: http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf
- Gibson, W. (1984). *Neuromante*, Minotauro/Hermes, Barcelona.
- Goffman, E 1993, *La representación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu editores, Buenos Aires.
- Graña, F. (2011). Comunicación, interpretación del discurso e interacción social. *Políticas, discursos y narrativas en comunicación*. Uruguay: Mastergraf SRL.
- Group, T. B. (2015). *The mobile revolution*. Boston: Qualcomm.
- Gubern, R. (2006). *El eros electrónico*, Santillana, México.
- Gutiérrez, R. A. (2016). *Millenials en Latinonamérica: Una perspectiva desde el Ecuador*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la Acción Comunicativa I*. Racionalidad de la Acción y Racionalización Social, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A., Bogotá.
- Hall, E. T. (1963). A System for the notation of proxemic behavior. *American Antropologist*.
- H. Ayuntamiento Constitucional de Ecatepec de Morelos (2011). 'Programa de Ordena-

- miento Ecológico Local del Municipio de Ecatepec de Morelos, México', Órgano Oficial de Información del Gobierno, México.
- Howe, N., y Strauss, William (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Estados Unidos: Vintage Books.
- Howland, C. I., y Janis, I. L. (1959). *Personality and Persuasibility*. New Haven: Yale University Press.
- IAB (2015). 'Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos', Millward Brown, Televisa, México.
- IAB (2016). 'Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos'.
- IBBY, BANAMEX (2015). 'Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura', México.
- INEGI, CONAPO. (2014). *Usuarios de internet en México, por edad*. México.
- INEGI (2010). 'Censo de Población y Vivienda', México.
- INEGI. (2010). *Estado de México. Tabulados del Cuestionario Básico*. Educación. México.
- INEGI. (2012). *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México*. México.
- INEGI. (2014). *Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica*. México.
- INEGI. (2014). *Encuesta Nacional sobre el Uso del Tiempo*. México.
- INEGI. (2015). *Encuesta Intercensal*. México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). *Estadísticas, a propósito del día mundial de internet*. Aguascalientes.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Encuesta intercensal 2015 (2015). *Cuéntame... información por entidad*. México.
- Instituto Superior de Estudios Sociales y Sociosanitarios (2017). 'Estimulación cognitiva en pacientes con Alzheimer', Social y Sanitario, España.
- Jon, L. (1989). Virtual Reality an interview with Jaron Lainer.
- Lainer, J. (1989). Virtual Reality. (K. Kelly, Entrevistador)
- Lasén, D. A. (2006). La presencia y uso de los teléfonos móviles en los espacios públicos urbanos. *Formas de Arquitectura y Arte, volumen 15*, 42-49.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*, Organización Panamericana de la Salud, Washington..
- López, d. A. (2011). Epistemologías del ciberespacio. *Virtualis*, No. 4, 67-92.
- López, J. J. y Aliño, I. (1995). 'Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales',

- Clínico, American Psychiatric Association de Washington, Barcelona.
- Lozano, J., Peña, Marín, C., y Abril, G. (1986). *El análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Mandoky, K. (2006). *Estética y comunicación: de acción, pasión y seducción*, Grupo Editorial Norma, Bogotá.
- Martinec, R. y Salway, A. (2005). 'A system for image relations in new (and old) media', *Visual Communication*, vol 4, no. 3, pp. 339-347.
- Martínez, M. E. (2005). 'Telefonía celular: 15 años de historia en México', *Eveliux*.
- Maturana, H. y Varela, F. (1996). *El árbol de conocimiento*, Debate, Madrid.
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Paidós, Barcelona.
- Millward Brown (2013). *Estudio de usos y hábitos de dispositivos móviles en México*. México.
- México, GDED (2015). 'Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Ecatepec de Morelos, Estado de México', Urbano y Metropolitano, H. Ayuntamiento Constitucional de Ecatepec de Morelos, Secretaría de Desarrollo Urbano y Metropolitano, 001 1021, Toluca de Lerdo.
- Minutouno (2016). '¿Cuántos mensajes se mandan por día en Whatsapp y Facebook Messenger?', Buenos Aires.
- Mitofsky, C. (2013). 'Los números no mienten. Estudios sobre salud, bienestar y todo tipo de opiniones', Tracking Poll Roy Campos, México.
- Moncada, A. y Rodríguez, A. (2015). 'Con internet, un mundo más libre', *Vértigo*, pp. 8-14.
- Moreno, J. C. (2002). *Tres teorías que dieron origen al pensamiento complejo: sistémica, cibernética e información*. En M. A. Velilla (Comp.) *Manual de Iniciación pedagógica al pensamiento complejo*., Instituto Colombiano para la Educación Superior-UNESCO, Bogotá.
- Morin, E. (2002). *La cabeza bien puesta. Repensar la reforma, reformar el pensamiento*, Ediciones Buena Visión, Buenos Aires.
- Morin, E. (2009). *Introducción al pensamiento complejo*, Gedisa, Barcelona.
- Morris, C. (1982). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós.
- MVS, RDN (2016). 'Alertan del peligro de nuevo reto "Duct tape challenge"', *Noticias MVS*, 29 Enero 2016.

- Nickelodeon y Microsoft, DA (2007) 'REPORT HIGHLIGHTS DIFFERENCES IN HOW TECHNOLOGY IS USED ACROSS CULTURES', Pr Newswire, Chicago.
- Nicol, E. (2003). *Metafísica de la expresión*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Objetivo, EBDC (2013). 'Panorama Socio-Demográfico del Área de Influencia del CIJ Ecatepec', Salud Pública, México.
- Nielsen Company (2014). *Millenials-Breaking the myths*. Barcelona.
- OCDE. (2015). *Estudios Socioeconómicos de la OCDE*. France: Comité de Revisión Económica y de Desarrollo.
- Ortega, V. N. (2015) 'Encuesta Global de Consumidores Móviles 2015, Edición Colombia. La distracción de los móviles', Deloitte, Colombia.
- Padgett, H. (2015). 'Así se maquillan las cifras de inseguridad en el Estado de México', *Investigaciones*, 31 Marzo 2015.
- Parametría: investigación estratégica, análisis de investigación y mercado (2006). *Celulares: ¿Quién los usa y cómo? México*.
- Patton, M. Q. (2000). 'A guide to using qualitative research methodology', in *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*, Sage, Newbury Park-California.
- Pedrero, P. J. y Ruiz Sánchez de León, J. M. (2012). 'Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura', *Adicciones*, pp. 139-152.
- Pérez, I. J. A. (1999). 'Aproximaciones a la diversidad juvenil', en *Visiones y versiones: los jóvenes y las políticas de juventud*, Colegio de México, México.
- Pérez, D. M. R. (2008). 'Discusiones teóricas y metodológicas sobre el estudio del discurso desde el campo de la comunicación', *Comunicación y Sociedad*, pp. 225-247.
- Qvortrup, L. (2002). "*Virtual Space: Spatiality in Virtual Inhabited 3D Worlds*", Springer-Verlag, London.
- Ramírez, P. R. (2008). *¿Cómo estás? El teléfono móvil y la vida cotidiana*. Barcelona.
- Redacción (2016). 'En Brasil, joven termina con su vida tras aceptar reto viral', *El tiempo*, 10 Octubre 2016.
- Reguillo, C. R. (2007). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Grupo Editorial Norma, Colombia.
- Robledo, R. C. (2007). 'Introducción a la telefonía celular', Tesis, Ingeniería, Instituto Politécnico Nacional, México.
- Ruelas, A. L. (2009). *El teléfono celular y los jóvenes sinaloenses. Adopción, usos y adap-*

- taciones. *Comunicación y Sociedad*, 101-131.
- Sacristán, G. J. (2005). *La educación que aún es posible*, Morata, Madrid.
- Sánchez J., E. A. (2009). 'Situación actual del m-learning', *Ciencia y Tecnología*, Vigo: SOLITE; *Ciencia y Tecnología para el Desarrollo*, España.
- Sartori, G. (1998). *Homovidens. La sociedad teledirigida*, Taurus, Alfaguara, S.A., Buenos Aires.
- Saussure, F. (1954). *Curso de lingüística general*, Losada, Buenos Aires.
- SEGOB, I. (2014). 'Cohesión Social para la Prevención de la Violencia y la Delincuencia', Aguascalientes.
- Serventi, G. (2008). 'El universo semántico de las funciones icónicas', en *Ensayos semióticos*, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá.
- Sharedum (2008). 'Los 10 chats más recomendados. Las salas para chatear más visitadas en internet', *Blogs teoriza*, p. 1.
- Schmidt, S. (2013). *Proxémica y comunicación intercultural: la comunicación no verbal en la enseñanza de E/LE*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Simmel, G. (1986). 'Las grandes ciudades y la vida del espíritu', *Cuadernos Políticos*, número 45, pp. 5-10.
- Sistema Nacional de Información Estadística Educativa (2016). *Estadística e Indicadores Educativos por Entidad Federativa*. México.
- Souto, K. S. (15 de Junio de 2007). *Juventud, Teoría e Historia: la formación de un sujeto social y de un objeto de análisis*. España.
- Sperber, D. y Wilson, Deirdre (1987). *Précis of relevances: communication and cognition. Behavioral and brain sciences*, 697-754.
- Swiftkey Emoji Report (2014). *One billion emoji*. Londres.
- Telefónica (2014). *Telefónica Global Millennial Survey 2014*. España.
- Tracking Poll Roy Campos (2010). 'Los números no mienten', *Consulta Mitofsky*, p. 183.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation. The Power of Talk, in a Digital age*, Penguin Press, New York.
- Tusón, V. A. (2002). Análisis de la conversación: entre la estructura y el sentido. *Estudios de sociolingüística*, 133-153.
- Unit, TCI (2014). 'Radiografía del Mercado de Mensajería Instantánea en México', México.
- Urteaga, C. P. (2012). *De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empre-*

sarios culturales. En C. N. García, F. Cruces, & M. Urteaga, Castro Pozo, *Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales* (págs. 25-44). Barcelona: Fundación Telefónica.

Villegas, M. (1993). 'Las disciplinas del discurso: hermenéutica , semiótica y análisis textual', *Anuario de Psicología*, Barcelona, pp. 19-60.

Yarto, C. (2012). 'El Papel del Teléfono Celular en la conformación de la Identidad y la Seguridad Ontológica de los Jóvenes', *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, no. 84, pp. 1-12.

Yus, F. (2001). *Ciberpragmática*. Barcelona: Ariel.

4.10 Referencias digitales

20 minutos 2017, '*Prisión para el creador del juego de la 'ballena azul'*', viewed 10 September 2107, <<http://www.20minutos.es/videos/redes/glnwxRVW-prision-para-el-creador-del-juego-de-la-ballena-azul/>>.

Bauman, Z 2007, *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, viewed 10 Marzo 2015, <<http://mitakuyeoyasinn.blogspot.mx/2007/10/zygmunt-bauman.html>>.

Boulton, M. (15 de Octubre de 2005). *The personal disquiet of Mark Boulton*. Recuperado el 12 de 07 de 2017, de <http://www.markboulton.co.uk/journal/icons-symbols-and-a-semiotic-web>

Buena mente 2018, *Los 9 Teléfonos Más Increíbles del Mundo. ¡El Futuro Ya Está Aquí!*, viewed 10-enero-2018 Enero 2018, <<http://increible.co/post/los-9-telefonos-mas-increibles-del-mundo-el-futuro-ya-esta-aqui/8653>>.

Delia, C. (16 de Enero de 2012). *Jóvenes universitarios y telefonía celular*. Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Revista Mexicana de Comunicación: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/01/16/jovenes-universitarios-y-telefoniacelular/#>

Forbes Staff 2016, '¿Para qué utilizan los jóvenes mexicanos internet?', Forbes México, viewed 09 November 11, <<http://www.forbes.com.mx/8-de-cada-10-jovenes-mexicanos-usan-internet-para-conectarse-a-redes-sociales/#gs.YkgCP1U>>.

The competitive intelligence Unite 2013a, *Mercado de recargas en México*, viewed 23 febrero 2017, <http://the-ciu.net/nwsltr/173_1Distro.html>.

Anexos

- Registro de observación directa
- Imágenes de ensimismamiento de los jóvenes cuando hacen uso del teléfono móvil en su ambiente cotidiano
- Curso "El sentido de los mensajes visuales"
- Análisis de Screen Shots