

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 2, año 2021. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-15544-69-2

Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación

Carmen Caffarel Serra; Juan Antonio Gaitán Moya;
Carlos Lozano Ascencio; José Luis Piñuel Raigada (Editores)

Separata

Capítulo 6.4

Título del Capítulo

«Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles»

Autoría

María Dolores Cáceres Zapatero;
Enrique Morales Corral

Cómo citar este Capítulo

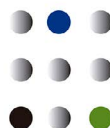
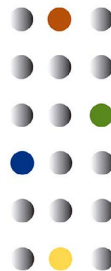
Cáceres, M.D.; Morales, E. (2018): «Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles». En Caffarel, C.; Gaitán, J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L. (eds.), *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-12244-69-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c6.4.emcs.2.mic6>

Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación

Carmen Caffarel Serra
Juan Antonio Gaitán Moya
Carlos Lozano Ascencio
José Luis Piñuel Raigada
(Editores)



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación
Metodologías Ibero-americanas da Comunicação
Ibero-American Methodologies of Communication



El libro *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre Comunicación* está integrado en la colección «Metodologías Iberoamericanas de la Comunicación» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este volumen, dedicado a las rutinas metodológicas de la investigación sobre Comunicación en España, es uno de los hitos bibliográficos finales resultantes del Proyecto MapCom, un empeño por representar cartográficamente el desarrollo por años del sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación, bajo el auspicio de la Comisión de Política Científica de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC).

Investigar sobre la investigación—«meta-investigación»— requiere disponer de bases de datos sobre la producción científica en este campo para, después, relacionar dichos datos con los contextos pertinentes en los que dicha investigación se desenvuelve:

- avances del conocimiento científico,
- política científica,
- experiencias sociológicas de la producción científica...

En cualquiera de estos casos será innegable reconocer la utilidad de las delimitaciones territoriales donde marcos científicos, institucionales y sociales se ubican geográficamente —la «geolocalización».

Y esto es, precisamente, lo que el proyecto MapCom se ha propuesto iniciar y desarrollar, ofreciendo en este volumen la génesis y metodología de elaboración de tres mapas muy concretos:

1. Textos y datos de análisis de Tesis Doctorales y de Proyectos I+D por años, universidades, regiones, género de autor, objetivos de investigación, técnicas de análisis y objetos de estudio por campos.
2. Grupos de investigación según áreas de conocimiento, universidades y autonomías, siguiendo sus líneas de investigación.
3. Datos de la encuesta sobre perfiles sociodemográficos y académicos del investigador y de sus métodos de experiencia investigadora, además de sus valoraciones sobre las condiciones de investigación y rendimientos alcanzados.

Junto a esto, se presenta una antología de comunicaciones seleccionadas por su relevancia en cuanto que marcadoras de tendencias de investigación.

Prólogo. La meta-investigación y la cartografía de datos..... 11

PARTE I

LA META-INVESTIGACIÓN DE MAPCOM: CARTOGRAFÍAS DE LOS USOS METODOLÓGICOS

1. Cartografía de los usos metodológicos en Tesis Doctorales y Proyectos I+D,
por Caffarel C.; Gaitán J.A.; Lozano, C.; Piñuel, J.L..... 19

*Introducción: Criterios en la construcción del universo de tesis y
proyectos I+D..... 19*

a. Diseño del protocolo de análisis de Tesis y Proyectos..... 22

*b. Resultado y discusión sobre tendencias metodológicas en Tesis y
Proyectos I+D..... 23*

*c.1. Evolución por años de los Objetivos de la investigación asumidos
por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 23*

*c.2. Evolución por años de los Objetos de la investigación asumidos
por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 25*

*c.3. Evolución por años de las Técnicas dominantes de la investigación
asumidos por los Proyectos I+D y Tesis Doctorales, y según Autonomías..... 26*

Conclusión..... 41

Anexo 1. Guía para el registro y análisis de documentos del Proyecto I+D

MapCom..... 42

Anexo 2. Libro de códigos para post-codificación de variables abiertas..... 49

2. Cartografía de los usos metodológicos en los debates de los investigadores,
por J.L. Piñuel Raigada; E. Morales Corral..... 51

Introducción: La técnica del Phillips 66 y la logística desarrollada 51

*Análisis de los discursos: La técnica del Atlas-ti y la logística de elaboración
e interpretación de datos 53*

*Diagrama general de los discursos de los investigadores en las plenarios
del Phillips 66..... 54*

Valoración negativa del estado de la cuestión 58

Precariedad de los grupos de Investigación 59

Inmadurez de la disciplina..... 59

Presiones profesionales al mundo académico..... 60

Conclusión: Breve resumen y Comentario praxeológico..... 61

3. Cartografía de los usos metodológicos en las respuestas a la Encuesta 2017 a investigadores universitarios en España,	
<i>por C. Caffarel; J.A. Gaitán; C. Lozano; J.L. Piñuel.....</i>	<i>63</i>
<i>Introducción: la Encuesta MapCom al censo de investigadores en Comunicación</i>	<i>63</i>
<i>Contextualización y metodología</i>	<i>63</i>
<i>El formulario de encuesta.....</i>	<i>65</i>
<i>Resultados y discusión de la Encuesta, a propósito de la fijación de objetivos de la investigación</i>	<i>66</i>
<i>Bibliografía.....</i>	<i>75</i>

PARTE 2

ANTOLOGÍA DE COMUNICACIONES PRESENTADAS
EN 2015 Y 2017 A LOS CONGRESOS NACIONALES
DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE LA AE-IC

Capítulo 4. Meta-investigación en Comunicación	85
---	-----------

4.1. La investigación investigada en comunicación. Estudios en universidades públicas y privadas frente a estudios de consultoría,	
<i>por J.L. Piñuel Raigada; C. Lozano Ascencio; J.A. Gaitán Moya</i>	<i>87</i>
<i>1. Antecedentes</i>	<i>88</i>
<i>1.1. El objeto de la comparación y las fuentes de los datos.....</i>	<i>89</i>
<i>2. Investigación universitaria (pública y privada) vs. estudios de consultoría.....</i>	<i>91</i>
<i>2.1. Género de los investigadores.....</i>	<i>91</i>
<i>2.2. El perfil de los investigadores universitarios reclamado en la investigación social y de mercado</i>	<i>92</i>
<i>2.3. La elección de los tópicos y los objetivos de la investigación.....</i>	<i>94</i>
<i>2.4. Las metodologías</i>	<i>97</i>
<i>2.4.1. Estrategias diversas de investigación y triangulación de técnicas.....</i>	<i>97</i>
<i>3. Discusión.....</i>	<i>99</i>
<i>Bibliografía.....</i>	<i>101</i>
<i>Anexo</i>	<i>103</i>
4.2. Análisis de la investigación publicada en las revistas de comunicación con índice ESCI (Emerging Source Citation Index),	
<i>por Susana Miquel Segarra.....</i>	<i>109</i>
<i>1. Introducción</i>	<i>110</i>
<i>1.1. Journal of Citation Reports (JCR) y Emerging Sources Citation Index (ESCI)</i>	<i>111</i>
<i>1.2. Los estudios sobre la investigación en comunicación en España.....</i>	<i>112</i>
<i>2. Objetivos</i>	<i>114</i>
<i>3. Metodología.....</i>	<i>114</i>
<i>3.1. Universo.....</i>	<i>114</i>

3.2. Muestra.....	114
3.3. Método de análisis	116
3.4. Instrumentos.....	116
4. Resultados	117
5. Conclusiones y discusión	124
Bibliografía.....	127
4.3. El régimen de autoría de la reciente investigación sobre Comunicación publicada en revistas científicas españolas (2008-2014), por Manuel Martínez Nicolás; Rebeca Martínez Fernández	131
1. Introducción.....	132
2. Objetivos y método	136
2.1. Muestra y unidad de análisis	136
2.2. Instrumento y codificación	137
3. Resultados y discusión.....	137
3.1. Evolución del régimen de autoría	137
3.2. Tipo de colaboración entre autores españoles.....	140
3.3. Investigación financiada y régimen de autoría.....	142
4. Conclusión	144
Bibliografía.....	146
4.4. Los métodos empleados en la literatura científica de la revista The International Journal on Media Management, por Nereida Cea Esteruelas	147
1. Introducción.....	148
2. Material y método	148
3. Literatura académica	151
4. Resultados.....	153
4.1. Datos básicos.....	153
4.2. Escenarios, mercados de la comunicación y líneas de investigación ...	154
4.3. Método y técnicas de investigación.....	157
5. Conclusiones.....	158
Bibliografía	160
Anexo.....	162
Capítulo 5. Formación e innovación metodológica.....	167
5.1. Metodologías Avanzadas de Investigación en Comunicación y Ciencias Sociales, la revolución de los instrumentos y los métodos, Qualtrics, Big Data, Web Data et al, por Félix Ortega; Ana Azurmendi; Mercedes Muñoz-Saldaña	169
1. Introducción.....	170
2. Investigando la comunicación, de Mapcom.es al «futuro»	171
3. Objetivos de la investigación y casos de estudio	177
4. Casos Prácticos y Metodologías	177

5. Conclusiones.....	184
Bibliografía.....	186
5.2. Media Psychology: una nueva disciplina para comprender los procesos mediáticos,	
por Emma Rodero; Lluís Mas; Olatz Larrea	189
1. Introducción.....	189
2. Historia de Media Psychology: ¿de dónde venimos?.....	190
3. Fundamentos teóricos de Media Psychology.....	193
3.1. Limited Capacity Model.....	194
3.2. Sistema Motivacional.....	195
3.3. Respuestas embodied: orienting response, valence y arousal.....	196
4. Crisis y paradigma de la Comunicación	197
5. Conclusiones.....	200
Bibliografía.....	201
5.3. Construcción e interpretación de la comunicación intercultural en los informativos televisivos,	
por L. García-Jiménez; A. Pineda; M. Rodrigo-Alsina.....	203
1. Interculturalidad y televisión en España	204
2. Metodología	206
3. Resultados	208
4. Conclusiones.....	212
Bibliografía.....	214
5.4. Los mapas como instrumento al servicio de la investigación en Ciencias Sociales. Potencialidades y usos de la cartografía online,	
por M.P. Subires Mancera; J.J. Delgado Peña	217
1. Cartografía, mapas y TIG en la Sociedad Red.....	218
1.1. Cartografía y mapas: conceptos básicos.....	218
1.2. Cartografía y TIG.....	219
1.3. La cartografía como herramienta para la Geografía	221
1.4. La Cartografía como herramienta en otras disciplinas. El desarrollo de la cartografía participativa o social	222
2. Web 2.0, neografía y cartografía colaborativa.....	223
3. Potencialidades y usos de los mapas online en el ámbito de las Ciencias Sociales. Estudio de casos	226
3.1. Cartografía online y Ciencias Sociales. El uso del mapa como instrumento para la investigación.....	226
3.2. Estudio de casos.....	228
3.2.1. Mapa Infoparticip@.....	228
3.2.2. Mapa de iniciativas innovadoras en Internet en la provincia de Málaga	230
4. Conclusiones.....	231
Bibliografía.....	233

Capítulo 6. Nuevos universos empíricos.....	235
6.1. Diseño metodológico para el estudio de la representación cinematográfica del fenómeno del cambio climático,	
<i>por David Vicente-Torrico.....</i>	<i>237</i>
1. Introducción.....	238
2. Objetivos de la investigación.....	242
3. Desarrollo del modelo de análisis	242
3.1. Ficha técnica.....	242
3.2. Análisis temático.....	243
3.3. Análisis de personajes.....	246
3.4. Análisis de recursos estilísticos.....	246
4. Conclusiones.....	247
Bibliografía.....	249
6.2. El análisis de contenido y su aplicación a entornos web: un caso empírico,	
<i>por V. Piñeiro-Naval; J. J. Igartua;</i>	
<i>F.J. Marañón-Lazcano; L. Alejandra Sánchez-Nuevo.....</i>	<i>253</i>
1. Introducción: acercamiento teórico al análisis de contenido.....	254
1.1. El libro de códigos: herramienta principal del análisis de contenido ..	256
1.2. La fiabilidad del proceso de codificación	256
2. El análisis de contenido de sitios web.....	258
3. Descripción de un caso empírico.....	260
3.1. Muestra de contenidos.....	261
3.2. Categorías de análisis	264
3.3. Codificación y fiabilidad.....	264
4. A modo de conclusión.....	269
5. Agradecimientos	270
6. Bibliografía	270
6.3. Evaluación y mejora de la transparencia de las administraciones públicas locales: metodología Infoparticipa,	
<i>por A. Moreno-Sardà; M. T. Vera Balanza;</i>	
<i>P. M. Molina Rodríguez-Navas; M. Corcoy Rius</i>	<i>273</i>
1. Presentación: el proyecto Infoparticipa.....	274
2. El Mapa Infoparticipa: punto de partida teórico y objetivos.....	276
2.1. Punto de partida teórico.....	277
2.2. Objetivos.....	278
3. Metodologías	280
3.1. La conceptualización de la plataforma: la base de datos y los instrumentos para hacer visibles los resultados.....	280
3.2. El análisis de las webs: el control de calidad.....	282
3.3. La promoción y el seguimiento de las mejoras: el Sello Infoparticipa.	283
3.4. El trabajo de investigación realizado por un equipo distribuido territorialmente, en red y de forma cooperativa	284

4. Conclusiones: aportaciones del Mapa Infoparticipa a la cultura de la transparencia y a la mejora de la Información de las webs de las administraciones públicas locales.....	285
Bibliografía.....	286
6.4. Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles,	
<i>por María Dolores Cáceres Zapatero; Enrique Morales Corral</i>	287
1. Introducción.....	288
2. Objetivos y metodología.....	289
3. Resultados del estudio.....	291
3.1 Análisis Cuantitativo.....	291
3.2 Análisis Cualitativo	294
3.2.1. La desconexión como trauma.....	295
3.2.2. Reconexión: la vuelta a la normalidad	296
3.2.3 ¿Qué hemos aprendido de la experiencia?.....	297
3.2.4. Explicación Descriptores sobre la Valoración personal de la Experiencia	298
4. Conclusiones.....	299
Bibliografía.....	30

Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles

María Dolores Cáceres Zapatero
[caceres@ucm.es]
Universidad Complutense de Madrid

Enrique Morales Corral
[enrique.morales@live.u-tad.com]
Universidad Camilo José Cela-UTAD

Resumen

Esta propuesta presenta un estudio de caso llevado a cabo con más de 190 estudiantes universitarios españoles, a partir de una experiencia de desconexión digital de dispositivos electrónicos y medios de comunicación durante 24 horas.

El objeto de estudio ha sido conocer los estados de ánimo y los sentimientos experimentados por los sujetos, y cómo la situación de desconexión afectó a sus relaciones y comunicaciones interpersonales. Se trataba de que los estudiantes pudieran conocer, reflexionar y analizar sus propios hábitos comunicativos, para ser conscientes de las oportunidades, retos y riesgos; y también tomar conciencia de su dependencia o no, de estos dispositivos y medios en su vida diaria.

La metodología utilizada ha consistido en la elaboración de un diario guiado en el que se pretendía que los estudiantes dieran cuenta de su experiencia personal ante la desconexión. En primer lugar se elaboró una base de datos en Excel que recogía dichas experiencias sistematizadas en variables codificadas. Posteriormente se llevó a cabo un estudio cualitativo del discurso de los sujetos participantes en el estudio mediante el programa informático Atlas.ti.

Los sujetos participantes del estudio pertenecen a titulaciones relacionadas con la comunicación, lo que les hace especialmente interesantes para un estudio de estas características, toda vez que en ellos confluyen un doble aspecto: por una parte ser usuarios intensivos de los nuevos medios y smartphones, y por otra parte, futuros profesionales de la comunicación.

El trabajo pretendía fomentar un uso responsable de Internet y de los demás medios. Los resultados ponen de manifiesto que la hiperconexión es su forma de estar en el mundo y de relacionarse, que su ausencia provoca malestar y que la comunicación mediada tecnológicamente ha sustituido una parte de la comunicación cara a cara.

Palabras clave: análisis cualitativo del discurso, Atlas.ti, desconexión, comunicación interpersonal, jóvenes, relaciones interpersonales.

1. Introducción

De todos es sabido que el momento actual se caracteriza por la hiperconexión. La naturalización de la Red en la vida cotidiana y el acceso a todo tipo de dispositivos de conexión y comunicación han transformado las prácticas comunicativas, el acceso a la información, el ámbito del ocio, la manera de relacionarse y las formas de sociabilidad. Si bien el aumento de las prácticas digitales es creciente en todas las franjas de edad, es especialmente acusado entre los nativos digitales en terminología de Prensky (2001), que ya han crecido en el entorno digital y han sido alfabetizados en esas destrezas y para los que no hay solución de continuidad entre vida online y vida offline.

Internet se ha instalado definitivamente en la vida cotidiana y toma carta de naturaleza en las rutinas de la mayoría de los ciudadanos. Informes actuales arrojan cifras altísimas de penetración. Según la Fundación Telefónica (2015) a partir de datos de 2014, en España somos 26,2 millones de usuarios (1,45 millones más que en 2013), el 93,5% de la población navega todas las semanas y el 78,7%, todos los días, porcentaje que asciende hasta el 88,9% en el caso de los jóvenes de 16 a 24 años.

Por primera vez, el 50 % de las personas mayores, entre 55 y 64 años, son usuarios intensivos que acceden diariamente a internet, siendo esta franja de edad la que más creció el pasado año (8,6 puntos porcentuales). Una de cada tres personas consulta el teléfono móvil cada 5 minutos (esta cifra se eleva al 45% cuando se trata de menores de 26 años) y las redes sociales han ganado terreno entre los adultos de 45 a 54 años. Quizás por eso, 2014 ha sido el año en que, por primera vez, ha disminuido entre los más jóvenes el uso de redes sociales que prefieren la mensajería instantánea.

Internet está en el 74,4% de los hogares españoles, un 99,6% se conectan con banda ancha. La vida cada vez es más digital y eso ha transformado muchos de los hábitos cotidianos y es que los formatos digitales sustituyen a los tradicionales analógicos; por ejemplo, el 69,1% de los usuarios solo envía correos de forma electrónica; el 63,4% solo utiliza el formato digital para compartir fotos (cuando se trata de jóvenes de entre 20 y 24 años el porcentaje asciende al 72,8%); solo el libro se mantiene en su formato tradicional. Un 78% de la población utiliza la mensajería instantánea, casi tanto como las llamadas a móvil (81%) (Fundación Telefónica, 2015).

En cuanto al equipamiento un 78,4% de los hogares posee un ordenador de sobremesa, un 83,6 de los hogares posee un PC portátil, un 54,4 % de los hogares posee tablet y un 88,8% de los hogares un smartphone. España es el país líder en Europa en cuanto a la posesión de smartphones, por delante del Reino Unido, Italia, Francia y Alemania. España también está a la cabeza en el uso de Smart TV. Dos de cada tres usuarios, en nuestro país, son multidispositivo, por delante de Reino Unido y Estados Unidos (Fundación Telefónica, 2015).

Esta abundancia en equipamiento digital y la paulatina transformación de los hábitos en nuestro país, hacen que la administración electrónica (49 % de los españoles que se relacionan con la Administración a través de Internet) o las

compras se hayan generalizado. A modo de ejemplo ilustrativo cabe señalar que en el año 2014, el 43 % de los españoles ya ha comprado por Internet; es decir, 14.900.000 personas entre 16 y 74 años hacen uso de comercio electrónico, lo que supone un 15 % más que el año anterior y un 29 % más en volumen de compra. Ha aumentado, por ejemplo, el número de usuarios que compra en la Red productos como medicamentos (85 % más), juegos digitales (un 83% más) y material formativo (un 50 % más) (Fundación Telefónica, 2015).

En resumen, la digitalización es un proceso imparable. En este contexto, aparece el interés por conocer la relación de los usuarios jóvenes con los medios y dispositivos digitales. De todos es sabida la dificultad que tienen para privarse de su utilización incluso por cortos períodos de tiempo. Recientemente nuevos términos como *nomofobia* o *phubbing* han aparecido precisamente para dar cuenta de la adicción o dependencia a la tecnología y sus consecuencias. Este trabajo, que aborda precisamente la cuestión que relaciona entorno digital y uso/dependencia de la tecnología, parte de otros anteriores en esta misma línea (Moeller, Powers & Roberts, 2012), y es continuación de otro preliminar que ya abordó este mismo tema que ahora se retoma con mayor profundidad (Cáceres y Morales, 2014).

2. Objetivos y metodología

En un entorno altamente tecnologizado, se hacía necesario plantear una reflexión crítica en torno al uso de los nuevos medios y su repercusión y, en especial, trasladar dicha reflexión a los propios usuarios para fomentar un uso responsable de los mismos y de la Red en general. En este caso, se ha tratado de jóvenes universitarios que resultan ser los usuarios más intensivos y extensivos. A partir de trabajos anteriores, se diseñó una experiencia de desconexión digital de dispositivos electrónicos y medios de comunicación durante 24 horas, que ha sido llevada a cabo en el contexto de las aulas universitarias.

La experiencia consistió en pedir a los estudiantes que estuvieran 24 horas desconectados de los medios de comunicación y de sus dispositivos electrónicos, y que después rellenaran un cuestionario a modo de diario guiado, con el fin de ver las reacciones que experimentaron y cómo afectaron a sus relaciones interpersonales. El estudio potenciaba el hecho de que los estudiantes se autoevaluasen en un proceso de reflexión y análisis personal, con el objetivo de que fuesen conscientes de sus propios hábitos comunicativos y tomaran conciencia de su dependencia/no diaria.

En el estudio participaron 190 jóvenes, chicas y chicos, estudiantes de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas que cursaban primero y tercer curso de dichos grados en la Universidad Complutense de Madrid (España). El hecho de que los sujetos participantes del estudio pertenezcan a titulaciones relacionadas con la comunicación les hace especialmente interesantes para un estudio de estas características, toda vez que en ellos confluye un doble aspecto: por una parte ser usuarios intensivos de los nuevos medios y smartphones, y por otra parte, son los futuros profesionales de la comunicación.

El objetivo perseguido ha sido conocer los estados de ánimo y los sentimientos experimentados por los jóvenes, y cómo la situación de desconexión afectó a sus relaciones y comunicaciones interpersonales. Se trataba de que los estudiantes pudieran conocer, reflexionar y analizar sus propios hábitos comunicativos, para ser conscientes de las oportunidades, retos y riesgos; y también tomar conciencia de su dependencia o no, de estos dispositivos y medios en su vida diaria.

El objetivo principal de este trabajo ha sido proporcionar evidencia empírica, mediante un trabajo concebido inicialmente para fines didácticos, a propósito de la necesidad ininterrumpida de conexión que experimentan los jóvenes como forma de estar en el mundo, vivir sus relaciones sociales y sus comunicaciones interpersonales.

Los objetivos secundarios que se han abordado son los siguientes:

- Saber cómo se ha vivido la experiencia de desconexión: dónde radica la dificultad para la desconexión, sentimientos experimentados online y offline y cómo ha afectado a otras relaciones interpersonales.
- Verificar si han podido o no desconectarse durante el período señalado, y en su defecto, durante cuánto tiempo.
- Conocer de qué medio ha sido más difícil prescindir.
- Conocer de qué medio ha sido el segundo más difícil prescindir (la conexión actual está marcada indudablemente por un acceso multidispositivo).
- Conocer cuáles son los aprendizajes extraídos de la experiencia.
- Obtener la valoración que hacen de la experiencia.
- Analizar el discurso de los jóvenes a propósito de la situación de desconexión.

El experimento presentado en este trabajo responde a una metodología mixta: por una parte, un análisis cuantitativo de las respuestas a cada ítem propuesto y otra parte, un análisis cualitativo del discurso de los jóvenes. Con ello se ha buscado aportar una visión más completa del objeto de estudio (Gaitán y Piñuel, 1998).

La metodología utilizada ha consistido en la elaboración, como trabajo de curso, de un diario guiado con el que se buscaba que los estudiantes dieran cuenta de su experiencia personal ante la situación de desconexión. A partir de las respuestas de los jóvenes se elaboró, en primer lugar, una base de datos en Excel que recogía dichas experiencias sistematizadas en variables codificadas a posteriori, que han sido objeto de un tratamiento cuantitativo a fin de conocer qué proporción de jóvenes respondía en el mismo/distinto sentido a las cuestiones planteadas. Posteriormente, se llevó a cabo un estudio cualitativo del discurso de los sujetos participantes en el estudio mediante el programa informático Atlas.ti, con el que integrar toda la información de la investigación cualitativa, mejorando su organización, búsqueda y análisis. El programa permite crear un fichero donde se añaden los materiales sobre los que se realiza el análisis. A este fichero el programa lo denomina: unidad hermenéutica.

Parte de estos objetivos que ya han sido abordados en un trabajo anterior (Cáceres y Morales, 2014) se compendian ahora y se avanza un paso más al incluir el

análisis del discurso que los estudiantes aportan a propósito de cómo han vivido la situación de desconexión en un contexto marcado por una conectividad y un acceso multidispositivo sin precedentes.

3. Resultados del estudio

A continuación se presentan los resultados de la experiencia, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

3.1 Análisis Cuantitativo

Los datos obtenidos indican que la mayoría de los jóvenes que participaron en la experiencia no consiguieron el objetivo de estar 24 horas desconectados de los medios de comunicación y aparatos tecnológicos.

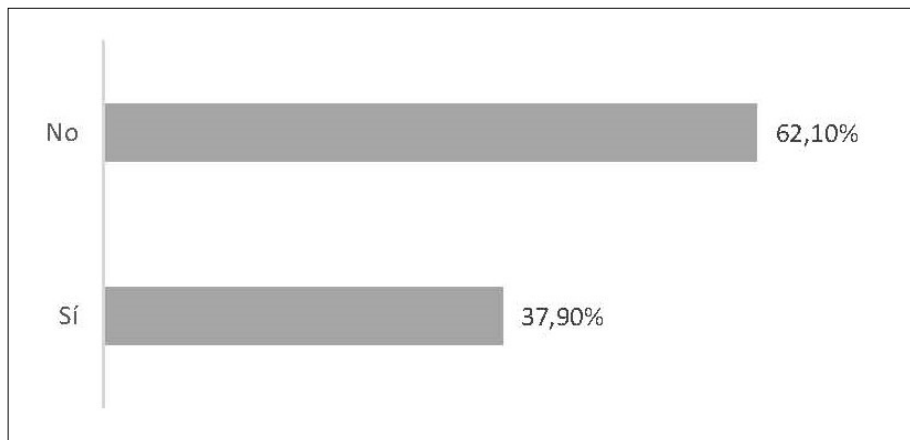
Como se puede observar en el gráfico 1, más de tres de cada cinco no lograron completar las 24 horas sin medios, siendo sólo un 38% el porcentaje de participantes que sí lo consiguieron. Es una ratio pequeña si se considera que los sujetos pudieron escoger, a lo largo de un período de dos semanas, el día para realizar la prueba en función de sus circunstancias personales y ánimo para completarla.

Por supuesto no es posible controlar la sinceridad total de los sujetos, que no debe ser puesta en duda. Si bien el hecho de que se trataba de un trabajo de curso podría ser un factor que empujase a declarar el éxito en el empeño de la desconexión, cabe confiar en la certeza de las respuestas toda vez que los jóvenes habían sido persuadidos de la esencia de la experiencia: vivenciar la situación de desconexión, durante el tiempo que pudieran sostenerla, y reflexionar sobre las sensaciones vividas. Dicho en otros términos, el énfasis se puso no en la duración de la desconexión sino en la capacidad para experimentar sensaciones y reflexionar sobre ellas, que es el verdadero espíritu analítico que perseguíamos en este experimento. Su análisis es el objetivo del experimento.

Aun así, existen otras variables más relevantes que la consecución o no del experimento, que se detallan a continuación.

Uno de esos datos interesantes radica en saber qué medio o dispositivo había sido el que más echaban en falta los participantes. Nuestra idea es continuar el experimento año a año para poder ver una evolución, si es que se produce. El gráfico 2 permite observar como el *smartphone* ha sido, con gran diferencia, el más deseado y añorado en la desconexión. Un contundente 92% así lo atestigua. Como no podía ser de otra manera, a los jóvenes les cuesta prescindir de este dispositivo multifunción omnipresente en sus vidas. Este dato es el reflejo de un hecho, hoy bien sabido, que relaciona el uso del teléfono móvil (hoy en su mayoría *smartphone*) casi con cualquier ámbito de la vida cotidiana. Estudiar, informarse, entretenerse, acceder online a todo tipo de información, relacionarse y comunicarse con otros en tiempo real, y además hacerlo en movilidad, forman parte de la forma de estar en el mundo de los jóvenes y de una parte cada vez más amplia de la población. Este dispositivo se ha introducido a una velocidad hasta ahora

Gráfico I: Porcentaje de jóvenes que completaron la desconexión. Fuente: elaboración propia



desconocida, de manera masiva en las sociedades actuales siendo prácticamente imprescindible para la realización de multitud de actividades cotidianas, incluido el ámbito profesional. En la actualidad ya no se puede hablar sólo del teléfono móvil como medio de comunicación, sino que sus prestaciones lo equiparan a un ordenador portátil con múltiples utilidades.

Solo para un porcentaje muy pequeño de sujetos, la televisión ha sido el medio del que más les ha costado prescindir, sin duda asociado al consumo de ficción audiovisual. Para un porcentaje aún menor es el ordenador el medio cuya ausencia les plantea más dificultades y cuyas prestaciones hoy, en buena parte, quedan suplidas por un teléfono con conexión a Internet.

Debido a esta polarización en el dispositivo más solicitado es importante analizar cuál ha sido el segundo medio o dispositivo que más han echado de menos los participantes, y observamos que está mucho más repartido. En el gráfico 3 se observa esta distribución donde el ordenador personal (*PC*) presenta el porcentaje más alto (30%), una sorprendente *Radio* (27%) y en tercer lugar la *Televisión*, con un 24%. Sorprende que la Radio supere a la televisión como segundo medio y la explicación parece apuntar al consumo de música a veces ligado a determinadas actividades cotidianas: conducir, entretenerse en los desplazamientos, momentos dedicados al aseo y cuidado personal, etc. La baja dependencia de la televisión corrobora otras investigaciones que profundizan sobre este dispositivo. La juventud consume contenidos audiovisuales sobre todo en sus smartphones y PCs, disociándolo del uso del televisor como elemento vertebrador de este tipo de contenidos. Se rompe así la tónica de las generaciones pasadas, en las que el televisor tenía una gran importancia como eje comunicativo externo familiar (Cáceres, Ruiz y Brändle, 2011). Hay un avance significativo en las competencias mediáticas, si utilizamos la terminología de Ferrés y Piscitelli (2012), en las que ya no es posible separar el uso de la tecnología y comunicación, son ahora vías de un mismo camino.

Gráfico 2: Medio o dispositivo del que ha sido más difícil prescindir. Fuente: elaboración propia.

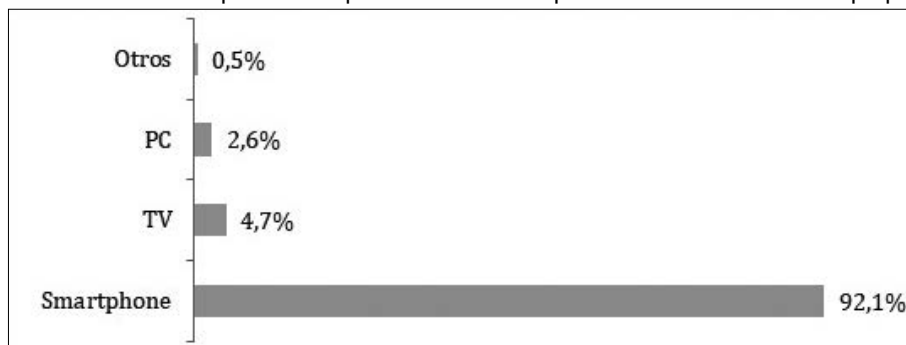
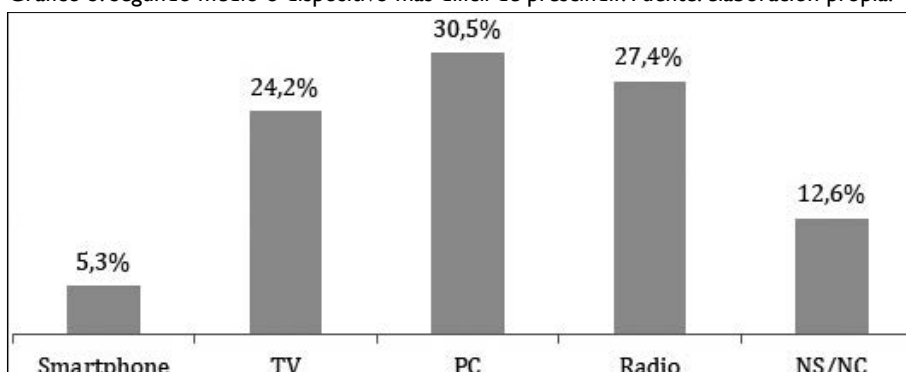


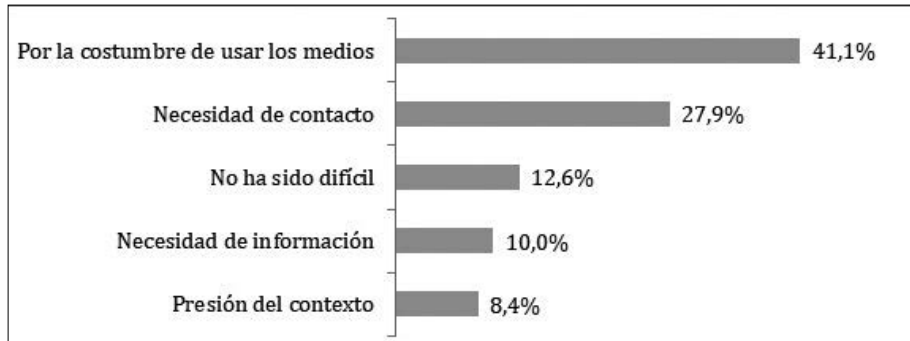
Gráfico 3: Segundo medio o dispositivo más difícil de prescindir. Fuente: elaboración propia.



Para uno de cada diez jóvenes, la desconexión supuso tranquilidad y alivio por no estar sujeto al imperativo de la hiperconexión. Una proporción similar de la muestra expresó sentimientos ambivalentes, por una parte, lo vivieron como un período de paz y tranquilidad por no tener que estar continuamente respondiendo a los requerimientos ajenos y, por otra, ansiedad, opresión e incapacidad para manejar su propia vida.

Considerando las dificultades particulares que han tenido los participantes, se puede apreciar en el gráfico 4 que la *Costumbre del uso cotidiano* es el principal factor que se señala, con más del 40%. En segundo lugar aparece la *Necesidad de contacto*, con un 28%, la *Necesidad de información* con un 10% y la *Presión del contexto social* con un pequeño 8,4%. Sólo un 12,6% de los participantes no han encontrado dificultades para completar el experimento, un porcentaje significativamente bajo. Es interesante señalar como los dispositivos electrónicos, en especial el smartphone, se han incorporado muy rápido en nuestras rutinas diarias. Ya no es sólo un teléfono, de hecho, en muchos casos casi no se usa para esa función. Es una ventana al mundo para crear y recibir información. Seguiremos ahondando en este aspecto para futuras versiones del experimento porque se puede apreciar un principio de comportamiento social estructurado. Es un cambio social en el uso de la tecnología que marca una estructura propia (Giddens, 2004).

Gráfico 4: ¿Cuál ha sido la mayor dificultad para desconectar de los medios? Fuente: elaboración propia.



Además de las dificultades para estar desconectado, interesaba conocer los sentimientos experimentados durante el período de desconexión, así como aquellos otros vividos al volver a conectarse. Una tercera parte de la muestra expresó sentimientos de aislamiento e incomunicación, y otra tercera parte frustración, impotencia, nerviosismo, e incluso, sensación de no estar completo por no poder conectarse. Estos datos parecen indicar que actualmente, al menos para los jóvenes, las relaciones pasan en gran medida por la mediación tecnológica provocando frustración si no estás siempre conectado. Pero no solo la comunicación pasa actualmente por la Red, parece que el ocio también. Un 13,7% de los jóvenes de la muestra experimentaron principalmente aburrimiento durante el período de desconexión, poniendo de manifiesto la función lúdica que los mecanismos de comunicación poseen intrínsecamente (Morales, 2012).

3.2 Análisis Cualitativo

El análisis cualitativo se puede explicar cómo: la simplificación de elementos de un discurso, elaborado en ideas y segmentos sencillos, con los que se puede establecer relaciones a la hora de ejemplificar la realidad ofrecida por el discurso. Se trata, en definitiva, de obtener datos simples (códigos) a partir de datos complejos (el discurso). A partir de esta estructura se puede observar la gran importancia inicial de las relaciones de determinados códigos. Este es el punto de partida de todo análisis, y ayuda a conformar las hipótesis iniciales de la investigación cualitativa.

En nuestro experimento se hacía indispensable el estudio de una serie de variables, con las que poder proyectar más eficazmente todos los aspectos que el estudio cuantitativo no permite alcanzar o entrar en detalle (Sampieri, 2006). Se necesitaba una metodología exploratoria que resultase apropiada para el estudio y análisis del discurso generado por los jóvenes a partir de las experiencias proyectadas. El objetivo era analizar el discurso mediante su significado, y sus posibles relaciones internas y externas. Para ello se ha utilizado el programa Atlas.ti, que permite crear networks o esquemas del discurso con los que explicar aspectos de

más hondo calado. Este tratamiento se basa en la relación que diferentes códigos del discurso presentan entre sí mediante una serie de relaciones o flechas de conexión discursivas. En el gráfico 5, el número situado en la parte inferior izquierda debajo de cada código representa las referencias directas en el discurso a dicho código, mientras que el número situado a la derecha es el número de relaciones que ese código presenta con el resto en el discurso.

3.2.1. La desconexión como trauma

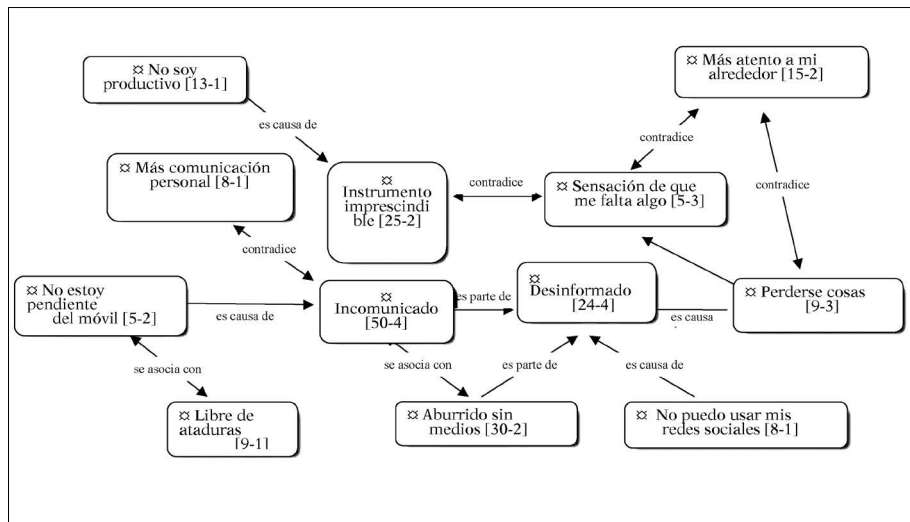
Una variable importante, y ya comentada, son los sentimientos que los sujetos declaraban al desconectarse y no utilizar ningún dispositivo electrónico. A esta variable la hemos llamado *Desconexión*.

Como se puede observar en el Gráfico 5, esta variable presenta una dualidad muy importante en el discurso: por una parte está el eje marcado por el código *Incomunicado*, el sentimiento de estar fuera del ámbito comunicativo habitual con carácter expresivo, que genera sentimientos ambivalentes. Si no tengo acceso a mis dispositivos conectados a Internet (smartphone, pc o tablet) no puedo tener relación con mi grupo social, no puedo expresarme, ponerme al día, pedir ayuda, charlar, comentar..., algo muy importante en las edades de los participantes del estudio. Por otro lado, está también el eje del código *Desinformado*, como con un componente más receptivo: no tengo acceso a la información de lo que está pasando a mi alrededor, no puedo buscar información para los trabajos de clase o saber el último chismorreo de la universidad. Son dos aspectos clave en esta variable porque polarizan en gran medida el discurso de los sujetos, compartiendo sentimientos y actitudes ante el desarrollo de la práctica propuesta.

Se puede observar que es mucho más fuerte el primer eje (*Incomunicado*) que el segundo (*Desinformado*), debido a que presenta el doble de referencias discursivas (50 frente a 24), mostrando que el sentimiento de expresión es mucho más importante que el de recepción para estos grupos de edad. Hay que recordar que la edad de los sujetos se sitúa entre los 18 y los 24, una cohorte que necesita de sentimientos de expresión continuos (Pindado, 2006).

Otro aspecto interesante es el código *Aburrido sin medios*, que presenta una gran incidencia en el discurso, siendo copartícipe de ambos ejes, cada uno en su forma de relacionarse, estando asociado con la *incomunicación* y siendo parte de *desinformado*. La información y la comunicación, en el mundo actual suponen una práctica social asentada, que se lleva a cabo diariamente de manera ininterrumpida. Por ejemplo, la recepción constante de información hace casi imposible escapar al flujo de noticias. Esto ha llegado a formar parte del entretenimiento y de la rutina diaria de las personas, que acceden a todo tipo de datos buscando entretenimiento, muchas veces en ratos perdidos. Es muy común, al viajar en metro, autobús, tren... ver a la gente mirando su pequeña pantalla, «entreteniéndose». El acceso y procesamiento de la información no supone un esfuerzo, al contrario, puede ser un proceso lúdico que en muchos casos pueden presentar actitudes de aislamiento (código: *Más atento a mi alrededor*) o sensación de: *No soy productivo*.

Gráfico 5: El discurso sobre la desconexión. Fuente: elaboración propia.

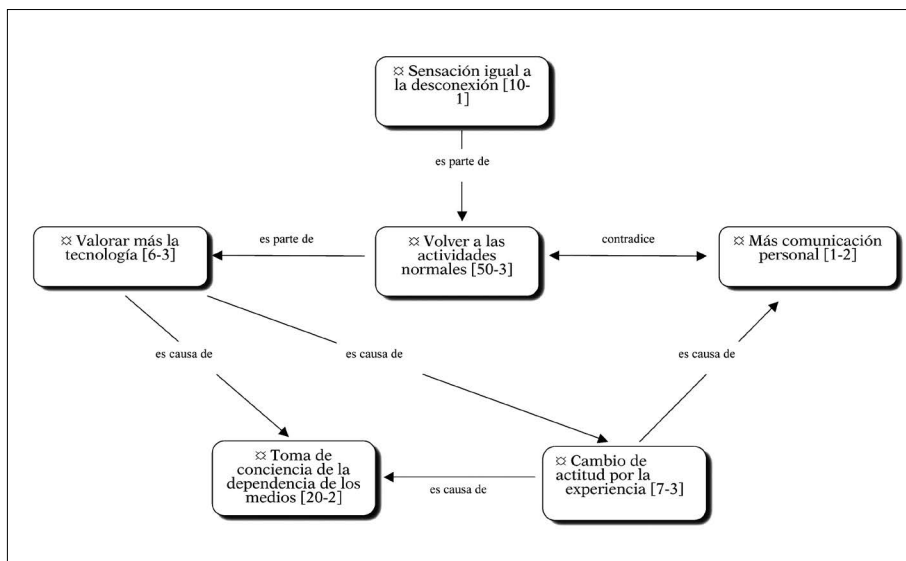


3.2.2. Reconexión: la vuelta a la normalidad

La reconexión supone para la mayoría de los participantes una vuelta a la normalidad, volver a su mundo conectado y donde su smartphone supone su principal dispositivo de conexión y de comunicación. Es su ventana al mundo, a sus amistades, a sus emails, e incluso en algunos casos, a su dinero, por los nuevos sistemas de pago mediante teléfono móvil. En el gráfico 6 se observa que el código *Volver a las actividades normales* es la expresión más referenciada en el discurso. Sin embargo, (en la parte superior del gráfico) el código *Sensación igual a la desconexión* aparece con diez referencias directas, lo que indica que algunos sujetos no sufrieron mucho a la hora de realizar el experimento. Uno de los códigos más relevantes es *Toma de conciencia de la dependencia a los medios*, porque hace referencia a una reflexión personal sobre el uso cotidiano de los dispositivos electrónicos que nos rodean y utilizamos todos los días. Este código resulta crucial porque supone alcanzar uno de los objetivos principales que se proponía este experimento docente: la toma de conciencia del estado de hiperconexión en el que viven los jóvenes, sin entrar a hacer valoraciones al respecto. Simplemente pretendíamos que los sujetos se diesen cuenta de este fenómeno, si es que no lo sabían ya.

Por último, el código *Cambio de actitud por la experiencia* supone una recompensa inesperada porque hace referencia a un posible cambio de hábitos ante los dispositivos y la conexión, entendida ésta como una sensación de abuso y falta de control por parte del usuario, que se da cuenta y se propone hacer un uso más responsable.

Gráfico 6: El discurso de la reconexión. Fuente: elaboración propia.

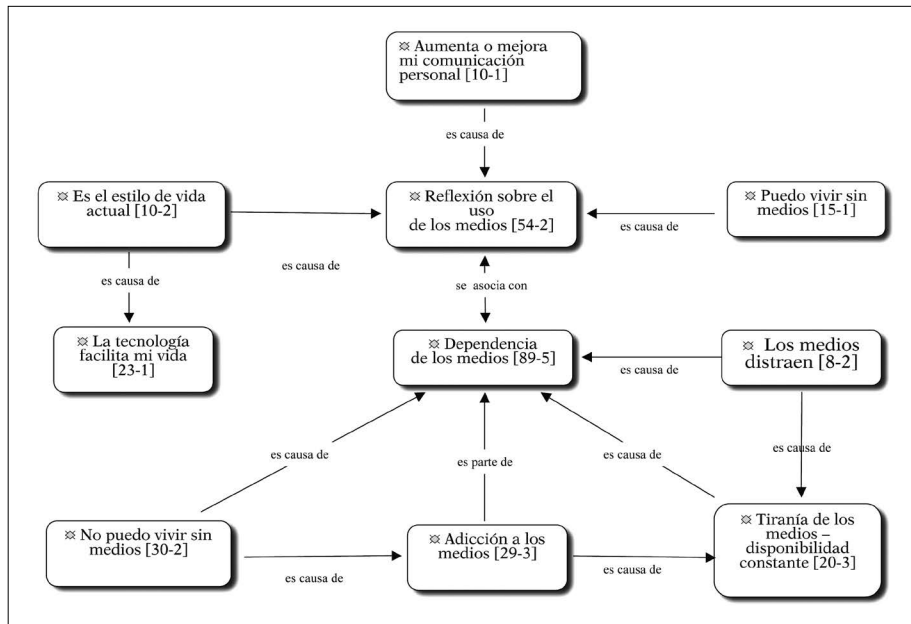


3.2.3 ¿Qué hemos aprendido de la experiencia?

Esta es una categoría importante en el estudio porque uno de los objetivos contemplados era fomentar un uso responsable de los dispositivos electrónicos y de las tecnologías de la información. Para ello es fundamental ser conscientes del estado de hiperconexión en el que estamos inmersos, y valorar nuestro uso y dependencia.

Es importante destacar la relevancia discursiva que ha tenido el código *Reflexión sobre el uso de los medios* entre los participantes, algo que se ha fomentado desde que se diseñó el experimento. Esta reflexión avanza y aparece el código *Dependencia de los medios* con gran incidencia en el discurso, 89 referencias discursivas, dejando patente que los sujetos han reflexionado y han llegado a conclusiones. Incluso en algunos casos han ido más lejos, con comentarios del tipo: «los medios distraen, sensación de tiranía constante de los medios, adicción a los medios», o incluso reflexiones del tipo: «no puedo vivir sin los medios», algo que consideramos apropiado para el tipo de experimento propuesto. Pero no todas las expresiones tienen un matiz negativo, reflexiones del tipo: «es el estilo de vida actual o la tecnología facilita mi vida», también aparecen en el discurso y muestran el uso cultural que actualmente se hace de la tecnología y que ha llevado a Castells (2006) a hablar de Informacionalismo, para referirse al nuevo modelo comunicativo.

Gráfico 7: Aprendizajes extraídos de la experiencia. Fuente: elaboración propia.



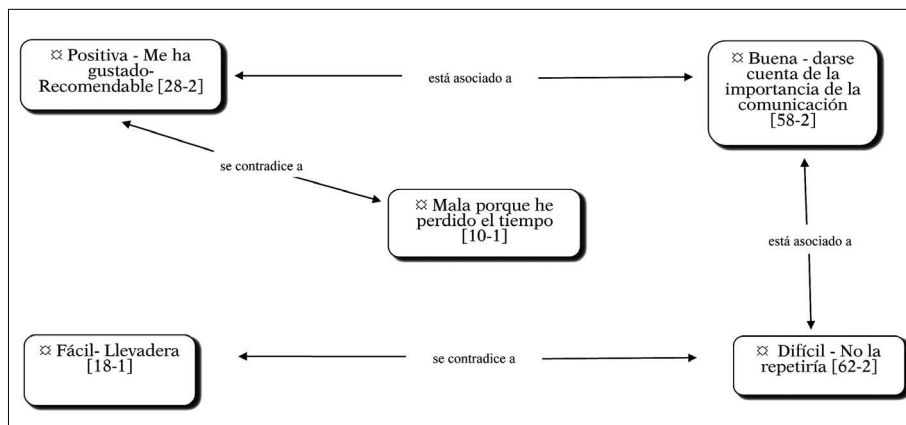
3.2.4. Explicación Descriptores sobre la Valoración personal de la Experiencia

Por último se presenta el análisis del discurso a propósito de la valoración personal que los participantes han hecho de este experimento, de cómo se han sentido al estar desconectados. La mayoría han valorado la experiencia como buena, sobre todo por darse cuenta de la importancia que la comunicación y sus dispositivos tiene en sus vidas, algo que se suele dar por sentado porque han nacido en ese entorno y no suelen ser conscientes de su alcance. Pero también han encontrado la experiencia difícil y no la repetirían. Aquí conviene recordar un dato importante: sólo el 38% de los participantes completaron las 24 horas de desconexión. No resulta difícil imaginar la dificultad para concluir el ejercicio si se hubiese planteado a lo largo de un período más dilatado de tiempo.

Se ha encontrado también un número pequeño de valoraciones negativas y de sujetos que declaran que no han tenido dificultad en completarla (10 y 18 referencias respectivamente).

Por último, un grupo de participantes valora el experimento como bueno y lo recomendarían a sus amigos y conocidos. Incluso en algunos casos el alumno consiguió convencer a sus padres, compañeros o hermanos para que lo intentasen con él, siendo copartícipes del experimento y enriqueciendo así sus valoraciones finales.

Gráfico 8: Valoración de la experiencia. Fuente: elaboración propia.



4. Conclusiones

En conjunto, la experiencia de intentar estar desconectados durante 24 horas ha resultado útil para los estudiantes que participaron, e interesante desde el punto de vista de los resultados obtenidos.

Para la mayoría de los participantes fue una experiencia difícil de llevar a cabo, toda vez que el ecosistema actual está muy tecnologizado, y la vida cotidiana es difícilmente separable del uso de los dispositivos de comunicación. Este hecho queda puesto de manifiesto cuando se han pronunciado a propósito del medio del que les ha resultado más difícil prescindir que, como no podía ser de otra manera es el teléfono móvil, hoy casi siempre conectado a Internet. Este dispositivo, como se ha visto, por sus múltiples funcionalidades ha sustituido en parte al ordenador personal, y también permite muchas de las prácticas de ocio que antes se llevaban a cabo en otras pantallas, como por ejemplo ver vídeos o contenidos audiovisuales en general.

La principal dificultad declarada para la desconexión ha sido el hábito o costumbre de usar los medios y, solo después, aparecen las necesidades: de contacto con otros o de información. Este dato resulta relevante toda vez que pone de manifiesto que el uso de las distintas tecnologías para los jóvenes estudiados se vincula más con una forma de estar en el mundo y vivir las relaciones interpersonales que con las necesidades propiamente dichas que satisfacen, aún sin excluirlas. Otra causa de esta dificultad ha sido la *presión del entorno* (en términos de los propios sujetos) y la sociedad, lo que conecta con el aspecto anteriormente señalado. La omnipresencia de la tecnología hace que sea difícil quedar al margen.

En general la desconexión se ha vivido de forma traumática. Para todos los jóvenes no ha sido fácil el ejercicio de introspección que se les solicitaba, al pedirles que vivenciaran la privación de medios durante un día. Muchos han tenido dificultad para expresar y poner palabras a sus propias sensaciones. Incomunicación

y desinformación son los dos términos que mejor expresan los sentimientos experimentados por los estudiantes. Incluso han hablado de aislamiento, de estar *fuera del mundo*, de ansiedad, impotencia, sentirse limitado y aburrimiento. Algunos de ellos declararon que para hacer viable la experiencia, toda vez que se trataba de un trabajo de curso que deseaban llevar a buen término, necesitaron estar continuamente entretenidos para no apreciar el vacío e, incluso, el silencio que, en algún caso, calificaron de agobiante. Aunque el problema, en muchos casos, fue cómo conseguir entretenerse sin usar en ningún momento los dispositivos tecnológicos (sin entrar en redes sociales, sin ver sus series favoritas, sin subir o mirar fotos en Instagram, sin chatear con sus amigos y conocidos, etc.). No han faltado otros términos más contundentes a la hora de expresar las sensaciones vividas durante la desconexión: adicción, droga, *mono* (síndrome de abstinencia), que ponen de manifiesto la dependencia de los medios y dispositivos tecnológicos. No obstante, no se puede dejar de mencionar un hecho interesante y es que también aparecen en el discurso de los jóvenes, menciones expresas a sentimientos de tranquilidad y liberación por no tener que estar continuamente pendiente de sus dispositivos. Es decir, se aprecia una cierta ambivalencia en muchos casos, por una parte son dependientes de la tecnología, pero por otra su ausencia les libera de su tiranía.

La expresión que mejor refleja los sentimientos experimentados con la situación de reconexión después de concluir el ejercicio es *vuelta a la normalidad*. Como se ha dicho, en un entorno altamente tecnologizado la conexión omnipresente e ininterrumpida, incluso en movilidad, constituye la forma de estar en el mundo actual. Lo interesante de esta experiencia es que el contraste entre las sensaciones experimentadas en la desconexión y, posteriormente, en la reconexión les ha permitido extraer aprendizajes concretos a propósito de sí mismos y de cómo viven la tecnología, fin último que perseguía este ejercicio didáctico. Los jóvenes se mostraron en general más conscientes de cuál es el alcance de los medios en general, y de la comunicación interpersonal en particular, en sus vidas, de su dependencia o no, y de aquellos aspectos que desearían cambiar en sus propias prácticas cotidianas.

La valoración que los sujetos hacen de la experiencia de desconexión es positiva mayoritariamente por lo que les ha aportado, aunque difícil por las razones que antes se han aducido, y que estos autores ya anticipaban. Algunos incluso la tildan de *recomendable* porque les permite tomar conciencia de la importancia de la comunicación y de los medios en sus vidas y porque les ha obligado a reflexionar a propósito de unas prácticas que, por naturalizadas, pasan desapercibidas.

Este era el fin último de esta experiencia didáctica emprendida con estudiantes de comunicación: hacerlos más conscientes para, por una parte, que hagan un uso responsable de los medios y las tecnologías, para incitarlos a asumir el control de ellas en lugar de depender y acomodarse a sus propias necesidades, gustos, preferencias e intereses y no de los de aquellos que las conciben y comercializan. Por otra parte, hacerlos conscientes del alcance de los medios, de la comunicación y de la tecnología, no solo en sus vidas sino también a nivel social.

Frente a visiones utópicas o distópicas que alimentan visiones de futuro sesgadas (demasiado optimistas o pesimistas en cada caso) a propósito de la tecnología,

se hace necesario llamar la atención sobre el hecho de que la tecnología por sí sola no cambia la realidad porque no funciona en el vacío, sino en contextos concretos y dentro de determinadas relaciones de poder. En consecuencia, las transformaciones que pueden operar dependen del uso social que de ellas se haga y de las prácticas que los sujetos lleven a cabo con ellas. Las tecnologías en el momento actual son insoslayables, pero, por sí solas, no son suficientes para garantizar el bienestar individual y social, ni para conseguir una sociedad más justa e igualitaria; tampoco para conseguir una mejor calidad de la democracia.

Hacerles conscientes de estas cuestiones constituye el reto que se les presentó a los jóvenes y el desafío al que les corresponde hacer frente como futuros profesionales de la comunicación.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (1990): *Sociología y cultura*. México: Ed. Grijalbo.
- Cáceres, M. D., Morales, E. (2014): «Juventud hiperconectada. Comunicación y sociabilidad virtual Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles». *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 7(2), pp. 160-177.
- Cáceres Zapatero, M.D., Ruiz San Román, J.A. y Brändle, G (2011): «El uso de la televisión en un contexto multipantallas: viejas prácticas en nuevos medios», *Análisis: quaderns de comunicació i cultura* 43, Pp. 21-44 [Disponible a 21/07/2015 en: <http://goo.gl/N1E9Js>].
- Castells, M (2006) *La Era De La Información. Volumen 1. La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012): «La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores». *Revista Comunicar* 38, Pp. 75-82. [Disponible a 21/07/2015 en: <http://goo.gl/vri2eo>]
- Fundación Telefónica (2015): Sociedad de la información en España 2014. Madrid [Disponible a 15/08/2015 en: http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/?itempubli=323].
- Gaitán Moya, J.A. y Piñuel Raigada, J.L. (1998) *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Giddens, A. (2004) *Sociología*. Ed. Alianza.
- Moeller, S., Powers, E. & Roberts, J. (2012): «El mundo desconectado» y «24 horas sin medios»: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes». *Comunicar*, 20(39), pp. 45-52.
- Morales Corral, E. (2012): «El Smartphone como motor de una nueva incertidumbre social: la importancia de las redes sociales en la comunicación móvil de los jóvenes españoles en la sociedad de la inmediatez». *Revista Prisma Social* Nº 8, Junio 2012, pp. 87-105. [Disponible a 21/07/2015 en: <http://goo.gl/N8xLY4>]
- Pindado, J (2006): «Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente», *Zer: Revista de estudios de comunicación*, nº 21, Pp. 11-22. [Disponible a 21/07/2015 en: <http://goo.gl/WxjX8l>]
- Prensky, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5).
- Sampieri, Radio., Fernández, C. y Baptista, P. (2006): *Metodología de la Investigación*, Madrid: Ed. McGraw Hill.

