

RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO SIMBÓLICO DE CELULARES Y EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DE CUARTO Y QUINTO DE PRIMARIA DEL LICEO FEMENINO MERCEDES NARIÑO DE LA LOCALIDAD RAFAEL URIBE URIBE DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.



Francisco Alexander Burbano Ramírez

Lic. en Ciencias Sociales

Facultad de Educación

Trabajo de grado para optar por el título: Licenciado en Ciencias Sociales

Asesora: Andrea Mahecha

Bogotá D.C

01 de junio de 2021

Bogotá, D.C., 6 de Mayo de 2021

Señores

Comité de Trabajos de Grado Facultad de Educación Universidad Antonio Nariño

REF: Aval trabajo de grado.

Cordial saludo:

En mi calidad de docente de la Licenciatura en Ciencias Sociales de la Universidad Antonio Nariño, doy aval para la entrega al comité de trabajos de grado y presentación ante jurados el trabajo del estudiante Francisco Burbano, titulado **RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO SIMBÓLICO DE CELULARES Y EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DE CUARTODE PRIMARIA DEL LICEO FEMENINO MERCEDES NARIÑO DE LA LOCALIDAD RAFAEL URIBE URIBE DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ** en la modalidad de monografía de investigación.

Dicho aval implica que el estudiante cumplió con los requisitos estipulados y el reglamento de la Facultad para tal fin.

En constancia se firma el día 6 de Mayo de 2021

Cordialmente:

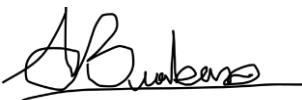
Andrea M. Mahecha M.

Docente Licenciatura en Ciencias Sociales Facultad de Educación

Sobre los Derechos de Autor

Declaro que conozco el Reglamento Estudiantil de la UAN, particularmente su "Título VII: De la ética", y entiendo que al entregar este documento denominado **"Relación entre el consumo simbólico de celulares y el rendimiento académico de estudiantes de cuarto de primaria del Liceo Mercedes Nariño de la localidad Rafael Uribe Uribe de Bogotá"**, estoy sujeto a la observancia de dicho reglamento, de las leyes de la Republica de Colombia, y a las sanciones correspondientes en caso de incumplimiento. Particularmente, declaro que no se ha hecho copia textual parcial o total de obra idea ajena sin respectiva referenciación y citación, y certifico que el presente escrito es de mi completa autoría. Soy consciente de que la comisión voluntaria o involuntaria de una falta ética estudiantil y profesional en elaboración o presentación de esta prueba académica acarrea investigaciones y sanciones que pueden afectar desde la nota del trabajo hasta mi condición como estudiante de la UAN.

En constancia firmo,

Firma  el ____ Fecha ____ 06 mayo de 2021

Nombre y apellidos _____ Francisco Alexander Burbano
Ramírez

Documento de identificación _____ 1.013.609.308. de Bogotá
Código _____ 10151726057

Dedicatoria

A mi madre por su apoyo incondicional, también a Cindy

Paola quien siempre ha creído en mi persona.

Agradecimientos:

A la profe Andrea por la paciencia y orientaciones que hicieron posible este trabajo, también a PRS por darme el tiempo para desarrollar mis actividades académicas. A la profe Ana Betancourt quien me abrió muchos espacios en clase con sus estudiantes y me colaboro demasiado en la recolección de datos de este trabajo.

Resumen

El presente trabajo investigativo aborda el uso del celular como objeto de consumo envuelto por diferentes símbolos culturales que pueden interferir la construcción de identidad y relaciones sociales de los sujetos, lo que se conoce como consumo simbólico. Los objetivos de investigación son: identificar el tipo de relación del uso y consumo de celulares y el rendimiento académico de estudiantes de primaria; identificar los motivos por los cuales esta población hace uso de estos dispositivos a tan corta edad; determinar si se teje una relación de este tipo de consumo y la construcción de identidad y relaciones sociales y, finalmente, discutir la posibilidad de usar el teléfono inteligente como herramienta didáctica en las aulas de clase.

La metodología propuesta para este trabajo se enmarca en el enfoque cualitativo, siendo un estudio con un alcance correlacional explicativo, el método es etnografía en su variante escolar virtual. Los instrumentos usados fueron: Taller didáctico, entrevista semiestructurada, escala Likert. Algunos de estos instrumentos se adaptaron mediante formularios de Google, para facilitar la recolección de datos, respondiendo al contexto virtual. La muestra poblacional estuvo constituida por 31 estudiantes de cuarto y quinto de primaria, y 5 profesores pertenecientes a la institución educativa donde se llevó a cabo el estudio. Los resultados obtenidos fueron: El consumo simbólico de celulares no se relaciona con el rendimiento académico, sin embargo, la muestra identifica plenamente los símbolos y relaciones sociales que se tejen alrededor del consumo. El uso del celular obedece fines académicos y ocio. Los referentes identitarios de los sujetos son en su mayoría familiares y en un porcentaje mínimo personalidades de internet. El celular puede ser un factor distractor en el desarrollo de actividades académicas. Los maestros tienen una aptitud positiva frente al uso del celular en las aulas. El celular es una potencial

herramienta que puede ser aprovechada didácticamente siempre que su uso este liderado por profesores que usen las estrategias adecuadas.

Palabras clave:

Conducta social, consumo simbólico, rendimiento académico, construcción de identidad.

Abstract

This research work addresses the use of the cell phone as an object of consumption surrounded by different cultural symbols that can interfere with the construction of identity and social relationships of the subjects, which is known as symbolic consumption. The research objectives are: Identify the type of relationship between the use/consumption of cell phones and the academic performance of elementary school student. Identify the reasons why this population uses these devices at a young age. Determine if a relationship is made between this type of consumption and the construction of identity and social relationships. Finally, to discuss the possibility of using the smartphone as a didactic tool in class.

The methodology proposed for this research is carried out within the qualitative approach, being a study with an explanatory correlational scope, its method is the ethnographic in its virtual school variant. The instruments used were: Didactic workshops, semi-structured interviews, Likert scale. Some of these instruments were adapted using Google forms to facilitate data collection, according to the virtual context. The population sample consisted of 31 fourth and fifth grade students, and 5 teachers belonging to the educational institution where the research was carried out. The results obtained were: The symbolic consumption of cell phones is not related to academic performance; however, the sample identifies the symbols and social relationships that are made around consumption. The use of the cell phone obeys academic and leisure purposes. The identity referents of the subjects are mostly family members and, in a small

percentage, Internet characters. The cell phone can be a distracting factor in the development of academic activities. Teachers have a positive aptitude for cell phone use in classrooms. The cell phone is a potential tool that can be used didactically as long as its use is led by teachers who use the appropriate strategies.

Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos:	5
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Tabla de Contenido.....	9
1. Línea de Investigación	11
1.1. Caracterización Institucional de la Población.....	12
2. Antecedentes.....	13
3. Justificación	33
4. Planteamiento del Problema	36
4.1. Pregunta Problema:.....	39
5. Objetivos:.....	39
5.1. Objetivo General.....	39
5.2. Objetivos Específicos.....	40
6. Marco Teórico.....	40
6.1. Modelo De Vertebración.....	42
6.2. Marco Conceptual.....	43
6.3. Consumo Estatutario.....	46
6.4. Consumo Hedónico.....	47
6.5. Consumo Identitario.....	48
6.6. Consumo Simbólico.....	49
6.7. Construcción De Identidad.	62

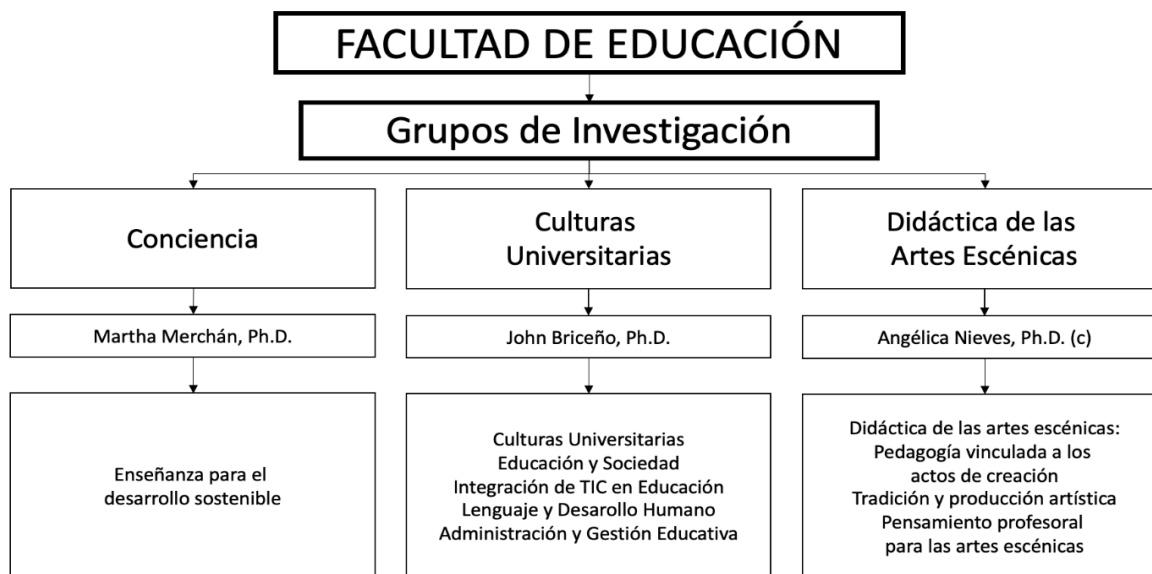
	10
6.8. Rendimiento Académico.....	64
6.9. Redes Sociales y su relación con los teléfonos inteligentes	72
6.10. El Celular Como Herramienta Pedagógica.....	77
6. Diseño Metodológico.....	80
7.1. Enfoque	85
7.2. Método: Etnografía Virtual.....	87
7.3. Técnica: Observación.....	91
7.4. Diseño y Validación de Instrumentos	95
7.5. Taller Didáctico	99
7.6. Grupo Focal	102
7.7. Entrevista Semi Estructurada.....	105
7.8. Escala Likert	107
7.9. Población Y Muestra.....	110
7.10. Recolección de datos en el marco de la virtualidad.....	112
7. Análisis de Resultados	114
8.1. Análisis Exploratorio: Relación entre uso y consumo del celular y el rendimiento académico.	115
8.2. Teléfono Inteligente Como Distractor Académico.....	125
8.3. Motivos del uso del celular	131
8.4. Relación entre el consumo simbólico y la construcción de las relaciones sociales en los sujetos de estudio	134
8.5. Relación entre el consumo simbólico y la construcción de identidad de los sujetos de estudio.....	142

8.6.	Percepción de los maestros del liceo frente a la posibilidad de usar el teléfono inteligente como herramienta pedagógica	147
9.	Conclusiones.....	157
10.	Recomendaciones	159
	Referencias.....	162
	Lista de Figuras.....	168
	Lista de tablas	169
	Lista de Anexos.....	169
	Anexos	170

1. Línea de Investigación

De acuerdo con las líneas de investigación vigentes para el año 2020 de la Universidad Antonio Nariño, este trabajo se adscribe al grupo de investigación, Culturas Universitarias, a cargo del profesor John Briceño, en la línea, **Integración de TIC en Educación.**

Figura 1 Línea de Investigación



Fuente: Universidad Antonio Nariño (2020)

1.1. Caracterización Institucional de la Población

El espacio educativo en el que se desarrolló el ejercicio investigativo fue el Liceo Femenino Mercedes Nariño, institución educativa ubicada al sur de la ciudad de Bogotá en el barrio San José sur en la localidad Rafael Uribe Uribe. La institución tiene una historia de más de un siglo, fue fundada el 05 de octubre de 1.916 con el nombre, Sindicato de la aguja, artes y oficios, más tarde cambia el nombre por Escuela superior de artes y oficios para señoritas, nombre que en 1.952 cambia de nuevo por Liceo Femenino de Cundinamarca, en el año 2001 adopta definitivamente su nombre por Institución Educativa Distrital Liceo Femenino Mercedes Nariño, como homenaje a la familia Nariño la cual acompañó al colegio durante sus primeros años.

Esta fue la institución educativa donde se realizó el ejercicio investigativo a lo largo de los años 2020 y 2021. La población de este estudio se ubico en los grados cuarto y quinto de primaria de la jornada mañana, al tratarse de un colegio femenino toda la población estuvo

compuesta por niñas en un rango de edad entre los 8 y 12 años, quienes en su mayoría habitan en los barrios aledaños a la institución, barrios correspondientes a los estratos 2 y 3.

2. Antecedentes

Sobre el contexto educativo existen múltiples problemáticas sociales que desembocan en diversas dificultades que conciernen a los procesos de enseñanza aprendizaje.

Existe un gran número de situaciones y temas susceptibles de ser investigados, esta gran variedad de posibilidades constituye el insumo para el desarrollo de investigaciones académicas y producción científica, investigaciones que deben ser innovadoras, concernientes a los contextos educativos, trabajo que tiene el propósito de realizar aportes significativos sobre la interpretación de las nuevas realidades de la población estudiantil actual, para que se puedan proponer caminos de verdadera transformación social y educativa.

Por lo tanto, abordar temas que tengan que ver con las nuevas formas de interacción social de los jóvenes es pertinente y puede ser de gran relevancia para la investigación. La internet, el uso de teléfonos inteligentes, y otras formas de consumo, además de la construcción de identidad y desarrollo de la personalidad son fenómenos que no escapan de la realidad educativa, por lo que despierta interés abordar un tema que esté presente en todos los fenómenos antes descritos, de esta manera apostamos por el consumo simbólico, categoría central en este trabajo, de la cual se intentará realizar una revisión académica profunda.

Para la construcción de los antecedentes se realizó la revisión bibliográfica de diferentes repositorios y bases de datos, en las que se hallaron una serie de trabajos investigativos que permitieron identificar el avance y estado del arte de la categoría principal del presente ejercicio escritural, el consumo simbólico. Este análisis permitió realizar un ejercicio descriptivo correlacional entre el consumo simbólico de celulares en contextos educativos y su posible

relación con el rendimiento académico de los estudiantes.

La literatura citada para el estado del arte es presentada en orden global, partiendo por algunos trabajos internacionales, luego regionales, ubicados en Latinoamérica y finalmente se abordó literatura local, a nivel Colombia.

Ahora bien, para abordar la categoría consumo simbólico es necesario revisar la transformación del acto mismo de consumo, en el consumo simbólico este ha dejado de ser un simple ejercicio individual de los sujetos, acto en función de la satisfacción de sus propias necesidades, en la actualidad dicho consumo ha mutado y obedece a un fenómeno de mayor complejidad en el marco del postmodernismo y post postmodernismo, el cual se establece mediante:

(...) la versión cultural de una realidad comercial que se pretende fundamentar en una circulación de mercancías financieras especulativas, las cuales son valores de cambio y, por consiguiente, no tienden a satisfacer ninguna necesidad real (no son parte de la economía real, que es la que nos permite subsistir), si no que encuentran su justificación en sí mismas: alienación que lleva al objeto, la mercancía financiera, a aplastar y nulificar el sujeto que busca llenar sus necesidades básicas, o sea, reales (alimentarse, divertirse, vestirse, etc., amparado en el valor de uso), (Alfaro Vargas, Roy, 2014, p. 107).

En consecuencia, este fenómeno social ha transformado las relaciones del hombre en todas sus dimensiones, económica, política, cultural, educativa, entre otras. Este devenir histórico significa una verdadera transformación social, nuevas formas de producción y reproducción social se han desplazado hacia diferentes espacios, tanto geográficos como no geográficos, estos últimos, intangibles, en internet, donde se han construido espacios diseñados especialmente para relacionarse con otros, como las redes sociales, chats virtuales, juegos en

línea etc., lugares en los cuales se realizan intercambios y relaciones sociales de todo tipo, entre ellos, diferentes formas de consumo que se dan a través de múltiples sitios hechos para el comercio virtual. Sumado a ello el capitalismo moderno ha dispuesto lugares o centros especializados para el consumo, como centros comerciales, que son a su vez centros de entretenimiento e interacción social. Estos nuevos lugares se convierten así, en epicentros de diferentes fenómenos sociales, uno de estos fenómenos es el consumo simbólico, categoría principal que ocupa la revisión este estado del arte, dicha categoría se viene investigando en diferentes campos disciplinares como la sociología, economía y mercadeo principalmente. Este fenómeno tiene alto alcance en las diferentes capas de la sociedad, como lo evidencian los trabajos investigativos revisados en el presente escrito, en especial mención, el contexto educativo, que para este trabajo es de alta relevancia.

Es así como llegamos al **primer trabajo** que le da punto de partida a los antecedentes, trabajo titulado: **“Un modelo de construcción de la identidad postmoderna desde la perspectiva del consumo simbólico. El creativo publicitario junior como caso de estudio”**, trabajo presentado por el autor Eduard Vidal Portés, en su tesis doctoral de la universidad autónoma de Barcelona de España en el año 2015. Este es un trabajo que aborda diferentes miradas y análisis sobre la construcción de identidad de los sujetos a partir del consumo simbólico; para ello, Portés realiza un análisis profundo sobre todos los factores sociales, individuales y culturales que giran alrededor del consumo, proponiendo un diálogo entre ellos para así llegar a una comprensión del fenómeno estudiado. Cabe resaltar que, esta tesis doctoral realiza un recorrido cultural amplio, aborda el tema del consumo y el consumo simbólico desde los años 80 hasta la actualidad. Allí se problematiza el factor de habilidades sociales como factor asociado al consumo simbólico, concepto clave que se relaciona con el rendimiento académico.

Portés describe el consumo como un fenómeno complejo, compuesto por diferentes factores sociales y culturales, “el consumo no se centra en la compra o el intercambio de productos, sino más bien en entender el consumo como un proceso continuo de creación del Self, y afiliación grupal, así como una fuente de comunicación entre los consumidores” (Portés, 2015, p. 50). El autor argumenta su posición a través de la construcción conceptual que se desprende de los fenómenos alrededor del consumo.

Del mismo modo Portés comenta que el consumo puede ser entendido como (...) “el momento en que un bien o servicio produce utilidad al sujeto consumidor” (Portés, 2015, p. 49). Por tal razón, para entender la diferencia entre consumo, y consumo simbólico, se sugiere dividir el consumo según las necesidades que este satisfaga, las cuales obedecen a tres diferentes lógicas de consumo, primero están las “Necesidades funcionales o utilitarias”, que obedecen a una función específica que cumple la mercancía, siendo esta función su fin último y el objeto satisfactorio de necesidad.

En cuanto a la metodología de este trabajo fue de carácter cualitativo y la muestra poblacional fue seleccionada entre un grupo de “creativos publicitarios junior”, es decir profesionales en estudios de publicidad para los que se usa la etiqueta “junior” que corresponde a la experiencia laboral, en este caso entre 2 a 5 años, la selección de la muestra tuvo dos criterios, primero que estuvieran en el rango de experiencia laboral “junior”, y segundo que fueran alumnos de postgrado en escuelas creativas, el número de participantes de la muestra fue de 35 personas inicialmente, luego de los pilotos solo se usaron 19 personas. El instrumento de recolección de información fue la entrevista semiestructurada, diseñada con solo 4 preguntas, que estaban orientadas a la interpretación de la construcción identitaria de los sujetos, dichas entrevistas se realizaron vía Skype, al igual que en persona, con una duración media de 1 hora

con 12 minutos. El procesamiento de datos se realizó en varias etapas, basado en el modelo que utilizaron Pratt, Rockmann & Kaufmann en el artículo titulado:

“Constructing professional identity: the role of work and identity learning cycle in the customization of identity among medical residents” (2006). Este proceso de análisis consta de tres etapas: 1) Codificación abierta y creación de las primeras categorías provisionales; 2) Generación de categorías teóricas y 3) Modelo de interrelación entre categorías. (Portés, 2015, p. 234).

Finalmente, el resultado de la investigación y caso de estudio tuvo como propósito resolver las preguntas formuladas en la entrevista, para así responder con los objetivos del trabajo doctoral. En primer lugar, el autor resalta que “existen claras diferencias en cómo se percibe la identidad profesional el joven creativo a medida que va evolucionando en su rol” (Portés, 2015, p. 239). Para dar respuesta a las preguntas, diseñó una serie de esquemas que se dividen en categorías de análisis frente a las preguntas formuladas en la entrevista, tales categorías fueron, “factores que condicionan la construcción de identidad” “conflictos internos a los que debe hacer frente” “descubrimiento de la identidad”.

El siguiente trabajo titulado: **Consumo simbólico e influenciadores digitales, un estudio de caso en el perfil de Thaynara Og en Instagram**, publicado en el año 2019 por los autores Bruna María Paixao, Castelo Branco, José Ferreira Júnior, Karla Silva Ameida, artículo de la revista científica *Mídia e Cotidiano de Brasil*, de la Universidad Federal Fluminense. El artículo permite realizar un análisis acerca del contenido simbólico de las redes sociales a través de un estudio de caso, y un recorrido por la literatura citada.

Para el estudio de caso los autores eligieron la red social Instagram de la que argumentan cuenta con poco más de cincuenta millones de usuarios activos, de los cuales quince millones

son usuarios o perfiles comerciales. En este caso el perfil de estudio tiene una adscripción alrededor de tres millones de usuarios. La metodología del estudio se clasificó en primer lugar en la revisión bibliográfica sobre conceptos referentes al tema de investigación, algunos de los autores más relevantes citados fueron, Lipovestky y Serroy (2005), además de Bauman, en las nuevas configuraciones de consumo (2003; 2005; 2008), Sibia (2008).

El estudio parte con el concepto de “sociedad del espectáculo” espacio en el que se desarrollan relaciones interpersonales construidas a partir de imágenes que proyectan un modelo de vida perfecto, lo que reconfigura la construcción del ser, es en este intercambio que las personas se relacionan. Las redes sociales facilitan esas nuevas formas de socialización mediante un consumo de significados allí implícitos, en esta sociedad cualquier persona puede convertirse en influencer, es decir una persona protagonista en dicha sociedad por la gran cantidad de personas a las que puede llegar, esto a través de las redes sociales, en este caso Instagram, el influencer así se convierte en un referente de consumo para demás miembros de esta sociedad.

A diferencia del alcance del consumo simbólico trabajado en estudios previos, este tipo de consumo va un paso más adelante, ya que por medio de la “sociedad del espectáculo”, no solamente se dotan mercancías y objetos con significados culturales, sino se crean estilos de vida completos y complejos que escapan de la realidad, pero que son apetecidos por los sujetos en las redes sociales, “las simulaciones son la simulación orquestada de la realidad, que hace que las personas crean en una especie de hiperrealidad, en la que lo real y lo ficticio se confunden y entrelazan. Baudrillard (1981, p. 117, como se cita en (Bruna, Júnior y Karla, 2019).

De acuerdo con lo anterior, aparece un nuevo concepto, “cibercultura” un “espacio desterritorializado” en el que fluyen nuevas formas de interrelaciones de los sujetos, con nuevas formas de significación y consumo, en las que las redes sociales tienen el protagonismo, ya que

estas también han cambiado la forma en que las personas reciben la información que tiene que ver con el consumo, en estos espacios virtuales, los productos son presentados como parte de la vida diaria del consumidor, por eso el influencer tiene tanta relevancia allí, siendo el protagonista, el que muestra a su público, sus seguidores su estilo de vida, comparte cada detalle de sus formas de consumo, preferencias, marcas que sigue, así mismo hace recomendaciones sobre qué y no que consumir, por lo que grandes empresas recurren a ellos para promocionar sus productos (Bruna, Júnior, y Karla, 2019, p. 317).

Las personalidades de internet son seres que pueden influir fácilmente en la vida de los sujetos y sus formas de consumo, con alto contenido cultural y simbólico. El carácter simbólico de las redes sociales, se concentra en “El entrelazamiento entre lo real y lo ficticio con las nuevas formas de comunicación, tanto informativa como publicitaria, se convierte en un nuevo campo simbólico” (Bruna, Júnior y Karla, 2019, p. 321), en otras palabras, las redes sociales le muestran a sus usuarios modelos de vida irreales, pero de gran significado, lugares a los que solo se tiene acceso si se poseen ciertos artículos que hacen parte de ese mundo, y también del mundo del usuario, de esta manera adquirir la mercancía que promocionan los influencers, es equivalente a comprar un pasaporte hacia el mundo que vende y muestran las redes sociales, por lo que el influencer, tal como su nombre lo indica, es un sujeto simbólico productor y reproductor social y cultural. Nueva construcción social, los autores de este artículo proponen una nueva conceptualización del capitalismo, en el que la producción en masa para la venta de artículos sean o no necesarios, tengan o no tengan algún valor funcional no es el modo de operar, en la era digital este estudio nos enseña el “capitalismo artístico”, en el que “la seducción centrado en los placeres de los consumidores, a través de imágenes y sueños, formas e informe que denominan capitalismo artístico” (Lipovetsky; Serroy, 2015, como se citó en Blanco Bruna, 2019, p. 322).

Por lo que podemos entender que ya no solamente se venden artículos dotados de contenidos culturales, sino formas de vida completas y complejas que moldean la estructura identitaria de los sujetos. Es allí donde los autores recalcan la importancia que tiene la internet en cuanto a su papel en la “nueva” construcción social, “Internet hizo posible que las construcciones de identidad tomarán una nueva forma al ofrecer un nuevo espacio social para la interacción y las construcciones de identidad se define en un nuevo patrón” (Matuck; Meucci 2005, como se citó en Bruna, Júnior y Karla, 2019, p. 323), entonces es inevitable reconocer a la internet y redes sociales como un nuevo espacio desterritorializado, intangible pero real donde además de converger nuevas formas de participación social y cultural, es un espacio en el que se configuran las identidades de los sujetos. Por lo tanto, es importante mencionar cómo, el capitalismo ha hecho un gran aprovechamiento de la internet y redes sociales, ya que son “utilizadas como herramientas de comunicación con el mercado, cambiando así las relaciones de consumo que sufrieron una ritualización simbólica” (Pérez; Trindade 2014, como se cita en Blanco Bruna, 2019, p. 323).

Sumado a ello, aparece el pensamiento de Bauman, quien manifiesta que “en el corazón de las redes sociales está el intercambio de información personal. Los usuarios están felices de revelar detalles íntimos de sus vidas personales” (Bruna, Júnior y Karla, 2019, p. 323), lo que se complementa con “Los perfiles en redes sociales son el resultado de un nuevo formato de dispositivos conductuales, emocionales y psicológicos que influyen en el desarrollo de la autoestima y la confianza en sí mismo del sujeto” (Campanella 2018, pp. 6-7, como se cita en (Bruna, Júnior, y Karla, 2019, p. 324). Lo que puede ser evidencia de la relevancia que la vida en la “sociedad virtual” tiene para los sujetos, allí existen referentes culturales a los que seguir, como lo son los influencers de redes sociales, productores y reproductores sociales a los que los

sujetos quieren copiar, por lo que se crean nuevas cadenas de consumo acordes a los estilos de vida de estos últimos, lo que es aprovechado ávidamente por grandes marcas que graban con su sello simbólico las mercancías que venden a través de las redes sociales, transformando así al ser en una mercancía más de su catálogo que a su vez es un referente de consumo para los sujetos a su alrededor.

Este trabajo desarrolló su estudio de caso a partir de la trayectoria de “Thaynara OG” joven de 26 años, en redes sociales, desde sus primeras apariciones en la red social Snapchat hasta su auge en Instagram, en la que tiene más de tres millones de suscriptores. Según el estudio, debido al éxito de Thaynara en redes sociales, algunas empresas comerciales la contactaron para que promocionara sus marcas de ropa, lo que se hacía a través de las publicaciones en redes sociales, fotos que se colgaban allí realizando cualquier actividad usando dichas prendas, o consumiendo productos de marcas puntuales, lo que también se convirtió en una forma de vida para Thaynara, por la rentabilidad que esto le producía (Bruna, Júnior, & Karla, 2019, p. 333), además de esto el auge social que tuvo esta influencer fue mucho más allá, siendo invitada a grandes eventos sociales en TV y eventos deportivos de la talla de los Juegos Olímpicos en 2019, lo que convirtió a esta influencer en un puente entre los productos y el consumidor, la mayoría de las publicaciones en redes sociales tenían un contenido aparente de rutina diaria, pero en dichas publicaciones además de usar objetos y mercancías puntuales, se publicaban directamente los sitios webs de las marcas que usa la influencer, lo que da acceso directo a todos sus seguidores a la mercancía que usa la influencer, “creando así una red interconectada de empresas en torno al perfil de la influencer” (Levy, 1998, como se cita en (Bruna, Júnior, & Karla, 2019, p. 327). El potencial simbólico alrededor de las redes sociales es muy grande, “estas referencias simbólicas pueden generar pertenencia e identificación cultural”

(Bruna, Júnior y Karla, 2019, p. 329), creando compradores potenciales de mercancías que acerquen a estos sujetos a los imaginarios que han creado a partir de los símbolos con los que son dotadas las mercancías para así alcanzar un status social, o ser reconocidos y aceptados socialmente por grupos de personas con los mismos intereses y referentes, por lo que las redes sociales son un fenómeno de análisis profundo en cuanto a las formas de consumo y relaciones sociales que allí se desarrollan.

“Lo que se vende a través de las redes sociales no es solo el producto en sí, sino aspectos simbólicos que representa el “poseer” para quien lo compra” (Bruna, Júnior y Karla, 2019, p. 332)

Este trabajo de carácter descriptivo concluye con la reflexión sobre la transformación de los “nuevos patrones de consumo” que giran en torno a nuevas formas y estructuras sociales, lo que “posibilita construcción de identidades, a partir de afinidades e intereses” entre sujetos, lo cual es potenciado mediante la internet, redes sociales que también son lugares (...) “en los que los individuos son destinatarios, constructores y partícipes de la construcción social” (Bruna, Júnior, & Karla, 2019, p. 332).

El desarrollo argumentativo, metodológico y reflexivo que propuso este estudio es de gran relevancia para el presente trabajo investigativo, puesto que, no solamente ubica al lector conceptualmente, también lo hace sobre contextos reales, actuales en los que se desarrolla el fenómeno del consumo simbólico, el cual gracias a internet es de fácil acceso para la población que ocupa el presente ejercicio de investigación, estudiantes de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño de Bogotá, quienes en su cotidianidad ya están habituados al uso de internet, por tanto a las redes sociales, y por supuesto a todo el contenido en ellas, (chats, compras en línea, grupos, preferidos, imágenes, publicidad, influencers), por mencionar algunos.

Otro aporte importante es el trabajo de la autora Erika Arévalo Silva, titulado: **Consumo simbólico en la configuración de estilos de vida de los tweens**, artículo tomado de la investigación “¡Dime que marca usas y te diré quién eres! Cosificación de los tweens por el marketing de marca” presentado como trabajo de grado de maestría de la universidad EAFIT de Medellín, Este estudio que pretende reflexionar acerca del impacto del consumo simbólico en la configuración de estilos de vida del consumidor temprano, etapa denominada como “Tween” entre los 8 y los 13 años de edad.

El texto parte explicando la estrecha relación entre el consumo simbólico y el marketing, en el que este último saca provecho de la población tween como potenciales consumidores de su núcleo familiar en la que la estrategia es vender al contrario de productos funcionales, marcas que estén llenas de significados y símbolos con los que estos jóvenes se sienten identificados entre sí, con los que además puedan definir ciertos estilos de vida que giran alrededor de los símbolos de dichas mercancías y con los que además construyen su identidad. En cuanto a los objetivos del estudio se pueden entender mediante las preguntas que surgieron en el planteamiento problémico de la investigación, ¿en qué consiste el consumo simbólico y qué papel juega en la configuración de estilos de vida?, ¿Esos simbolismos recreados por el marketing, afectan el comportamiento de los tweens en la construcción de su identidad?, ¿De qué manera podría manifestarse esto? (Arévalo, 2010, p. 103).

En la parte metodológica el estudio es de tipo descriptivo con carácter cualitativo en su perspectiva fenomenológica. La muestra poblacional estuvo compuesta por preadolescentes en un rango de edad entre 8 y 13 años, en el estudio conocidos como (tweens), de la ciudad de Bogotá. Para la recolección de información se usó el método etnográfico de observación directa y la técnica proyectiva, la cual consiste en presentar una serie de imágenes (collage), a los sujetos

de la muestra poblacional con la intención que respondieran preguntas referentes a los objetivos de investigación, las imágenes se clasificaban por categorías de análisis, entre ellas se encontraban imágenes de deportes, hobbies, mascotas y pertenencias, los niños tenían que poner una carita sonriente en las imágenes que asocian con la felicidad. Los resultados arrojaron que la mayor parte de los participantes se inclinaron hacia las imágenes dentro de la categoría de “pertenencias”, seguido de la categoría deportes y hobbies, con lo que el estudio concluye parcialmente que existe una conexión clara entre el consumo de marcas y las actividades o estilo de vida de los tweens; con dicho consumo estos sujetos pretenden expresar su identidad permeada con los simbolismos de las marcas (Arévalo, 2010, p. 81).

Las conclusiones de este estudio plantearon que “Las redes sociales y las prácticas culturales desempeñan un papel importante en la socialización de consumo de los tweens” (Arévalo, 2010, p. 97) (. . .)” los tweens reconocen la importancia de las marcas [es decir, los símbolos dentro de las mercancías] en la adopción de un estilo de vida” y tener acceso a estas mercancías significa también el acceso o exclusión a diferentes grupos sociales. Sumado a ello, la importancia de la marca reside en su valor de signo, en la función simbólica que supone su consumo”. Sumado a ello, estas (. . .) “significaciones son generadoras de actitudes y creencias sociales, de las cuales se valdrá el tweek en el desarrollo de su self” (Arévalo, 2010, p. 97).

En la siguiente parte de los antecedentes estará centrada en la categoría del rendimiento académico:

Para dar comienzo a dicha categoría el primer trabajo consultado se titula **El rendimiento académico: Concepto, Investigación y Desarrollo** por el autor Rubén Edel Navarro, artículo publicado en el año 2003 en la revista electrónica sobre calidad eficacia y cambio en educación de México; en dicho artículo el autor entabla una discusión sobre el

concepto “rendimiento académico” el cual tradicionalmente se mide a través de las calificaciones, más sin embargo se deberían tener en cuenta otros criterios como el contexto social y el nivel educativo adquirido, además también se mencionan factores psicopedagógicos como por ejemplo la inteligencia; el autor señala que en general el rendimiento académico es “un fenómeno multifactorial” (Navarro, 2003, p. 3)

Al respecto Navarro comenta que existen tres factores relevantes a tener en cuenta como criterios valorativos acerca del rendimiento académico, la motivación escolar, el autocontrol del alumno y las habilidades sociales. Sobre el primero de ellos (La motivación escolar) descrita por Navarro cómo (. . .) “un proceso general por el cual se inicia y dirige una conducta hacia el logro de una meta”, en el cual se involucran elementos cognitivos y afectivos, los sujetos se verán motivados por una recompensa, así que su conducta irá encaminada a alcanzar dicha meta de la que tienen ya una expectativa, proceso que va de la mano con el aprendizaje (Navarro, 2003). El segundo factor es el autocontrol, que está estrechamente ligado con la inteligencia emocional, que a su vez está ligada con la habilidad para controlar impulsos, motivación, entusiasmo, perseverancia, agilidad mental (Goleman, 1996, como se citó en Navarro, 2003, p. 7). Lo que conduce a los estudiantes a ser autónomos, autogobernarse y llevar mejores procesos de enseñanza aprendizaje.

El tercer factor son las habilidades sociales, se refiere a los diferentes elementos que se relacionan con los procesos de enseñanza aprendizaje, tales como, otros estudiantes, la familia, y el tipo de ambiente en el que se desarrollen los estudiantes; el autor precisa que existen estudios que señalan que climas escolares “flexibles y adaptables” posibilitan hábitos de responsabilidad y buena convivencia, así como el desarrollo de la personalidad (Navarro, 2003). Lo que también contribuye al desarrollo cognitivo.

En cuanto a la investigación sobre el rendimiento académico el autor señala algunos ejemplos: Glasser, 1985, quien señala que las condiciones socioeconómicas desfavorables por sí solas no pueden explicar el fracaso o éxito escolar, ya que se eximirá de toda responsabilidad al docente, además de ignorar que (...) “el éxito escolar es potencialmente accesible a todos los jóvenes” (Glasser, 1985, como se citó en Navarro, 2003, p. 10).

Otro ejemplo es el de Markowa y Powel (1997) citado por Navarro (2003) quienes adelantaron investigaciones sobre los estilos de aprendizaje en los 70's, en el cual plantean que no todos los niños aprenden de la misma forma y que su rendimiento académico de la correspondencia entre el estilo de aprendizaje y la metodología de enseñanza (P. 10).

Finalmente, las conclusiones del autor señalan que el rendimiento académico es un fenómeno (. . .) “susceptible de adoptar valores cuantitativos y cualitativos” (Navarro, 2003, p. 14). En los que además se involucran múltiples factores intrínsecos en los procesos de enseñanza aprendizaje a los que se les debe dar una mirada holista, sumado a ello resalta, la habilidad social y el autocontrol como factores que se deben reflexionar a fondo para ser tenidos en cuenta en la construcción curricular y procesos evaluativos en la escuela (Navarro, 2003).

El siguiente es un trabajo bajo la modalidad de tesis de licenciatura en psicología de la universidad de Lima de Perú, escrito por la autora Ciara Paola Cuba Alvarado en el año 2016; el título del trabajo es “Uso de los celulares con internet y rendimiento académico de estudiantes universitarios”, trabajo de tipo investigativo con carácter exploratorio y descriptivo. La autora señala que dicho trabajo nace con la preocupación sobre el excesivo uso de celulares con internet, y sus posibles efectos adversos en cuanto al rendimiento académico de estudiantes universitarios. Los objetivos que se plantea la autora son:

Conocer las consecuencias del uso del Smartphone en el rendimiento académico

de los estudiantes, identificar las razones que generan la necesidad de utilizar constantemente el celular, describir la influencia del Smartphone en su rendimiento académico, y [por último] identificar si el uso del Smartphone es percibido como beneficioso o perjudicial por los estudiantes en el rendimiento académico (Cuba, 2016, p. 6).

En cuanto a la metodología se usó el método fenomenológico de corte cuantitativo; para la recolección de información se utilizó la entrevista semiestructurada, entrevista en profundidad; la muestra poblacional estuvo compuesta por jóvenes universitarios de ambos sexos, estudiantes y residentes en la ciudad de Lima; el rango de edad de la muestra fue 21 a 24 años de edad; en cuanto a su contexto social se resalta que toda la muestra pertenece a un nivel social clasificado en medio alto y muy alto.

En cuanto a las conclusiones y en concordancia con los objetivos el estudio arrojó que en promedio el promedio de notas de los estudiantes no se altera por el uso de los celulares. Sin embargo, las respuestas de los estudiantes frente a el impacto del uso del teléfono inteligente en la vida académica fueron controvertidas.

Por un lado, se resalta que algunas aplicaciones de los teléfonos facilitan las actividades académicas, pero otros más admitieron que (. . .) “el uso del dispositivo si interfiere con su concentración en el proceso de estudio” (Cuba, 2016, p. 48). Con una simple notificación los estudiantes se distraen, pierden tiempo o simplemente deciden revisar su teléfono. Lo que al mismo tiempo genera que se invierta menos tiempo en el estudio, recortando la proyección de los propios estudiantes en su trabajo; el teléfono se convierte en una “tentación” para los estudiantes.

No obstante, como efecto adverso el frecuente uso del celular le resta tiempo que los estudiantes destinaban para la realización de trabajos, así como de estudio autónomo, sumado a

ello también se reduce el tiempo de otras actividades extra curriculares, con lo que la autora señala que los estudiantes que usan más tiempo (...) “El Smartphone tienden a distraerse más y a perder más rápidamente la concentración en la actividad académica que están realizando” (Cuba, 2016, p. 45). Otra de las consecuencias que arrojó el estudio fue “que el uso de Smartphones produce un ahorro de tiempo en cuanto a la búsqueda de información” (Cuba, 2016). de tipo académico, es decir que facilita ese aspecto de la vida académica de los estudiantes; sumado a ello, el estudio señala “que existe una fuerte necesidad por parte de los usuarios de estar constantemente conectado en el celular o simplemente revisándolo cada cierto tiempo” (Cuba, 2016).

Lo que se puede explicar por los sentimientos negativos, como “angustia y ansiedad” que expresaron los participantes de la muestra cuando eran separados de sus teléfonos inteligentes por mucho tiempo, una clara muestra de una posible adicción a estos dispositivos.

Otro de los efectos del uso excesivo de teléfonos inteligentes en estudiantes es, el escape social. El teléfono se convierte en una barrera y puente para tratar temas personales, que en una conversación normal pudieran causar vergüenza o sentimientos de incomodidad con el interlocutor.

Respecto al último objetivo del estudio, el cual buscaba identificar si los estudiantes perciben de forma positiva o perjudicial el uso de los teléfonos inteligentes. El estudio determinó que existe un doble efecto, positivo, por un lado, a razón de diversas herramientas que facilitan el acceso a la información a sus usuarios; negativo, en cuanto al tiempo que los sujetos pasan frente a sus pantallas, que llega a ser de más de cuatro horas diarias (Cuba, 2016). Lo que los perjudica directamente en el desarrollo de sus actividades académicas.

Las conclusiones de la autora fueron:

- Mientras que el uso del Smartphone no afecta el promedio académico para los estudiantes, sí afecta el tiempo que se dedica a las actividades académicas.
- Genera ahorro de tiempo en cuanto a la búsqueda de información y coordinaciones académicas.
- Existe una necesidad del usuario de estar constantemente conectado en el celular para sentirse comunicados como para evitar el aburrimiento o tiempo de ocio.
- Existe una necesidad del usuario de realizar constantes revisiones rápidas sin razón de llamada o mensaje.
- El pensar que no lo pudieran tener consigo, acarrea sentimientos negativos o desagradables.
- Los usuarios prefieren utilizar el Smartphone como medio de comunicación para temas que generen una respuesta negativa o incómoda de parte del interlocutor, ya que ello les permite esconderse detrás de una pantalla.
- Mientras que el Smartphone les permite realizar funciones que les ayuda en el ámbito académico, a la vez interfiere con su concentración en el estudio.
- Los usuarios perciben que el uso del Smartphone es beneficioso al brindarles herramientas e información rápidamente; pero es perjudicial al realizar actividades universitarias que requieran concentración. (Cuba, 2016, p. 79).

Uno de los estudios consultados, cuyo objetivo coincide en relacionar el rendimiento académico y el uso del celular fue: **Dependencia del celular, hábitos y actitudes hacia la lectura y su relación con el rendimiento académico**. Publicado por la revista de investigación Apuntes Universitarios en el año 2019 en España, escrito por Jorge A. Hilt.

Poniendo en contexto de forma general el contenido del estudio, el autor plantea la necesidad de la investigación debido a los múltiples factores de la vida social que afectan el uso desmedido de los teléfonos inteligentes, especialmente por los más jóvenes. Por lo que hace un recorrido por diferentes autores que señalan algunas de estas afectaciones, en las que se puede resaltar, el aislamiento social de los sujetos, lo que se traduce con la pérdida de capacidad para relacionarse personalmente, relaciones que se trasladan a las aplicaciones de chat en los teléfonos (Hilt, 2019).

Además, se mencionan diferentes trastornos como el del sueño, ansiedad y depresión, fracaso escolar, como también físicos como el túnel carpiano u alcoholismo, todos relacionados con el uso excesivo u adictivo de los celulares (Hilt, 2019), Otro de temas de relevancia dentro del estudio es el papel de las TIC en las aulas de clase, su nivel de permisión, posible aprovechamiento y efectos adversos.

El estudio parte de la hipótesis que (...) “afirma que existe relación significativa entre la dependencia del celular, los hábitos y actitudes hacia la lectura con el rendimiento académico de los estudiantes” (Hilt, 2019, p. 6).

EL objetivo general fue determinar si existe relación entre la dependencia del celular y el rendimiento académico, así como también con la actitud y hábitos de lectura. Para la metodología se escogió el enfoque transversal, correlacional cuantitativo; los datos fueron sistematizados a través de la estadística. Para ello se hizo uso de cuestionarios enfocados en actitudes y hábitos de lectura. Sumado a ello se implementó el test de dependencia móvil (TDM) de Chóliz y Villanueva del año 2011, y la escala Likert, la muestra poblacional estuvo compuesta por 126 estudiantes.

Los resultados generales mostraron que algunos de los factores asociados a la dependencia del celular fueron:

- el síndrome de abstinencia cuando no es posible usar el teléfono durante algún tiempo.
- Tolerancia, referido al uso del teléfono por un periodo de tiempo cada vez más prolongado para satisfacer a los sujetos.
- Impulsividad, referido a la pérdida de control sobre el uso de los teléfonos.
- Alteración conductual y problemas familiares causados por costes económicos implícitos en el uso excesivo de los teléfonos (Hilt, 2019).

Respecto a los hábitos de lectura el estudio pudo hallar que (...) “a mayor adicción al celular, menores los hábitos de lectura” (Hilt, 2019, p. 10) y de igual forma con la actitud hacia la lectura, actitud en este caso como pensamientos positivos o negativos frente a la lectura.

En relación con el rendimiento académico se evidencio que, a mayor uso del celular, o adicción al mismo, menor es el promedio académico, con lo que la hipótesis inicial tuvo una validación. No obstante, en las discusiones se manifestó que dicha relación es débil, puesto que en el rendimiento académico son muchos otros los factores que inciden, con lo que concluye el estudio.

Para concluir con la literatura sobre la categoría de rendimiento académico y uso de celulares es de gran importancia citar aquí la tesis de maestría de la autora Alida Luz Cabanillas Campos. **Uso de celular y rendimiento académico de estudiantes de la Escuela profesional de derecho, universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Lambayeque** Tesis de Postgrado de la Universidad César Vallejo de Perú, publicada en el año 2018.

El objetivo del trabajo fue determinar la relación que existe entre el uso de teléfonos inteligentes y el rendimiento académico de un grupo de estudiantes universitarios. El estudio giró alrededor de dos hipótesis, ambas se concentran en determinar si existe una relación entre el rendimiento académico de estudiantes de quinto año de la escuela de derecho de la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo de Lambayeque. Una enfocada hacia la relación favorable, la segunda a la desfavorable.

El tipo de investigación de este trabajo fue de carácter cuantitativo, descriptivo correlacional, no experimental y transversal (Cabanillas, 2018). Para la sistematización de datos se usó el software estadístico SPSS v22, desarrollado por IBM, para el análisis estadístico. Las variables de datos fueron (Uso de celular) y (Rendimiento académico).

La población de la muestra concentró 105 estudiantes universitarios de la carrera de derecho de la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo de Lambayeque, para la muestra se seleccionaron 23 alumnos con la ayuda del método probabilístico y técnica de muestreo por conglomerados (Cabanillas, 2018).

La técnica usada fue la observación y trabajo de gabinete, esta última consiste en la revisión de actas de promoción estudiantil. Los instrumentos utilizados para recabar datos fueron, la encuesta y los documentales del trabajo por gabinete. En cuanto a los resultados el estudio halló “que más de la mitad de los alumnos encuestados hacen uso del celular por más de cuatro horas” (Cabanillas, 2018, p. 78). Un dato importante que arrojó el estudio a partir de la pregunta ¿utilizas información de internet para tus actividades académicas? Determinó que la mayor parte de los participantes usan internet a través de su celular.

Otra pregunta relevante del estudio fue ¿Cree usted que el celular es una ventaja para

realizar trabajos en grupo? Con lo que se determinó que el 47.83% percibe en el celular una ventaja respecto a la pregunta, más otro porcentaje considerable que lo considera como una buena opción.

En tanto a la irrupción en las actividades académicas de los estudiantes por el uso del celular el estudio planteó dos preguntas relevantes, ¿Has abandonado actividades académicas por estar conectado a redes sociales? Y ¿Dejas de prestar atención durante las horas de clases por estar conectado a redes sociales? El resultado fue que la mayor parte de los participantes casi nunca abandonaron sus actividades escolares y tampoco dejaron de prestar atención en clase, sin embargo, un 26.10 y 21.74% respondieron que, si abandonan o dejan de prestar atención a sus actividades académicas, por lo cual se afecta en alguna medida su proceso de aprendizaje.

Finalmente, en lo que tiene que ver directamente con rendimiento académico, la relación entre el nivel de uso del celular y los resultados académicos se constató que mientras menos excesivo sea el uso del celular, mejores son los resultados, “Se constata que el nivel de nota académico Muy Bueno (...), tiene un nivel de uso bajo en los estudiantes encuestados (Cabanillas, 2018, p. 86), con lo que la hipótesis negativa sobre el rendimiento académico se rechaza, y en cambio se acepta la favorable “(...) es decir, el uso del celular si se relaciona favorablemente con el rendimiento académico de los estudiantes” (Cabanillas, 2018, p. 87).

3. Justificación

Este trabajo investigativo nace a partir de la observación hecha en la institución educativa Liceo Femenino Mercedes Nariño hacia estudiantes de primaria, quienes hacen un constante uso del celular, tal situación se mantiene en las estudiantes de grados tercero, cuarto y quinto de primaria. Dicha observación llevo a poner la lupa sobre la normalización con la que la

comunidad educativa, incluido el profesorado da cuenta de este comportamiento sin mayor control o acompañamiento pedagógico.

Los celulares o teléfonos inteligentes son aparatos de alto uso y consumo, tales dispositivos electrónicos están presentes dentro de la cotidianidad de gran parte de la sociedad. El uso de televisores, cámaras fotográficas, y gran variedad de electrodomésticos con acceso a internet es una realidad a la que muchas personas se están adaptando. Sin embargo, el papel de los celulares resalta por encima de otros dispositivos dada su asequibilidad en el mercado y versatilidad, estos equipos electrónicos tienen características de un teléfono inalámbrico, pero que también incorporan propiedades de un ordenador portátil, puesto que cuentan con un sistema operativo propio (Cabanillas, 2018, p. 42). Dichas características, capacidad y almacenamiento posibilitan la instalación de múltiples aplicaciones en un mismo dispositivo, lo que hace que el celular sea un objeto de alta demanda hasta el punto de convertirse en una herramienta necesaria para las personas; el celular permite enviar mensajes en tiempo real, recibir y contestar correos electrónicos de forma remota, consultar el estado del clima o tráfico gracias a su conexión a internet, estas características lo vuelven un aliado de los trabajadores en todas las áreas, otra cualidad que vuelve atractivos a los celulares es el factor ocio, la mayoría de teléfonos inteligentes son precargados con juegos y redes sociales, otro factor por el cual su atractivo es mayor para la población joven, por lo que su consumo se ha intensificado.

Uno de los escenarios donde el celular tiene gran protagonismo es el escolar. La comunidad educativa en su mayoría hace uso de dichos dispositivos, desde la planta docente y ejecutiva, hasta los padres de familia y estudiantes, por tal razón crece una preocupación puntual hacia el uso de estos dispositivos a edades tan tempranas como en las que se encuentran los estudiantes, tal necesidad se materializa con una primera interrogante, **¿Está bien permitir que**

niños usen libremente dispositivos que fueron creados para un público adulto? y lo que preocupa más **¿Este uso y consumo contribuye de alguna manera en el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes?** Con base en estas dos interrogantes se plantea la posibilidad de aprovechar esta posible problemática como tema susceptible a la investigación académica, puesto que involucra estudiantes, a la escuela, a los profesores y a un fenómeno social de consumo exponencial.

Ahora bien, si se piensa el papel del docente frente a las diferentes problemáticas que se presentan en el campo de la educación y sociedad en constante cambio, cuya realidad es atravesada por avances tecnológicos que transforman la forma de vida de los estudiantes, es necesario resaltar que el maestro ha dejado de ser el dueño del conocimiento, para convertirse en un facilitador y orientador que acompaña a los alumnos en las diferentes etapas académicas, de modo que no puede ser ajeno ningún elemento, situación o problema que pueda afectar el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes.

Por tal motivo, este estudio se plantea a partir de una preocupación puntual: el uso y consumo normalizado de los celulares dentro y fuera de las aulas, ¿puede afectar el rendimiento académico, y las relaciones sociales de los estudiantes? Especialmente cuando la población involucrada comienza a utilizar celulares a edades tempranas, como en el caso de las estudiantes de cuarto y quinto de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño.

Aquí es preciso señalar la importancia que tiene estudiar los posibles efectos que conlleva el uso de los celulares por parte de estudiantes de primaria. Este es un fenómeno que ha sido abordado por diferentes académicos, sin embargo, tales estudios en su mayoría se han propuesto problematizar la relación entre uso del celular y rendimiento académico, sin profundizar conceptualmente el rendimiento académico como un fenómeno multifactorial que no se puede

medir únicamente de manera cuantitativa; al que además afectan diferentes factores, como el de las habilidades sociales y construcción de identidad de cada sujeto. Lo que se desarrolla dentro de un contexto social que es permeado en mayor medida por la virtualidad que atraviesa la sociedad, al igual que la escuela de hoy, de modo que este trabajo puede darle una mirada más profunda, al plantear el problema de investigación de una forma holística, dando la posibilidad de analizar a los sujetos de la muestra desde su parte humana, académica y social.

Para así abordar de forma correlacional el uso y consumo de los teléfonos inteligentes, con el rendimiento académico, lo que permitiría hacer un análisis profundo de la problemática, logrando establecer vínculos causales que permitan establecer estrategias en las que se plantee aprovechar las TIC, y teléfonos inteligentes como herramienta didáctica y así potenciar los procesos de enseñanza aprendizaje de los estudiantes, además de realizar interpretaciones en torno a la manera cómo estos sujetos han cambiado la forma en la que se relacionan e identifican entre sí, y se construyen a sí mismos.

4. Planteamiento del Problema

El problema de investigación que se pretende abordar emerge a causa del uso indiscriminado de teléfonos inteligentes por parte de estudiantes de primaria desde edades tempranas. Este ha sido un tema polémico que divide opiniones entre los integrantes de la comunidad académica. El uso de estos dispositivos es calificado, tanto negativa, como positivamente, no obstante, dicha situación es normalizada en los dos casos anteriores.

Los teléfonos inteligentes son dispositivos que tienen diferentes características especiales, que permiten a sus usuarios tomar fotografías, grabar videos, enviar mensajes instantáneos, reproducir contenido multimedia, hacer compras en línea. Dentro de esas funcionan destaca el

acceso a internet de forma inalámbrica a través del Wifi, lo que a su vez supone la intercomunicación de los usuarios con otras personas en tiempo real, dando la posibilidad de compartir todo tipo de contenidos, sobre todo en redes sociales. Cuba (2016).

Muchos de los usuarios de los dispositivos móviles son niños y jóvenes estudiantes, como en el presente caso, estudiantes de tercero, cuarto y quinto de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño, de la ciudad de Bogotá. sujetos que actualmente pasan por su etapa académica en la que además se forman como seres humanos.

Por tal razón emergen una serie de preocupaciones partiendo de la situación expuesta.

¿Cuáles son los efectos del frecuente uso de teléfonos inteligentes sobre el desarrollo personal, social y académico de los estudiantes?, ¿Dichos efectos son positivos o negativos?, ¿Es posible aprovechar los celulares como herramienta pedagógica dentro de las aulas, dada su versatilidad?

Para dar sentido a estos interrogantes es necesario tener en cuenta el factor consumo, en su variante “consumo simbólico”, concepto que se pretende problematizar en este trabajo en relación con los celulares. El consumo simbólico es un fenómeno en el que los objetos, son comprados y consumidos no por su integridad física y funcional, sino por su significado cultural. En este sentido no se consumen mercancías sino símbolos mediante los que los sujetos se representan a sí mismos, buscando ser identificados socialmente entre pares de un mismo grupo.

En palabras de Fenollar y Ruiz (2002). El consumo simbólico es “la importancia que el consumidor concede a la opinión de los demás respecto a la valoración simbólica que hace de los productos, entendidos estos como instrumentos de interacción social” (p. 3). Bajo la mirada del consumo simbólico los teléfonos inteligentes son un objeto directamente afectado por el fenómeno, puesto que no solamente se usa y se consume el dispositivo, sino se consume su

marca y capacidad para almacenar aplicaciones que también son objeto de consumo. Aparatos llenos de símbolos que transmiten la identidad de cada individuo en busca de reconocimiento y aceptación social.

De esta forma significado cultural y social de los celulares para los estudiantes podría interpretarse como una especie de pasaporte social, su acceso y uso de sus contenidos se vuelve un requisito para la integración social, el dispositivo tecnológico puede simbolizar el status social de su portador mediante la capacidad de cada teléfono, es decir, su espacio de almacenamiento, procesador, cámara, pantalla, marca y claramente su costo, así que el celular simboliza el tiquete de entrada a un grupo social u a otro, a los que de otra forma no es posible obtener acceso, como en el caso de las redes sociales, en las que los estudiantes comparten contenidos, como, videos, imágenes, mensajes, grupos creados en torno a gustos particulares, entre otros más. Por tanto, es esencial visualizar la dimensión simbólica de los celulares, y lo que estos representan para los estudiantes, ¿significados de alta relevancia, o simples dispositivos para hacer y recibir llamadas?, y por supuesto abrir la discusión sobre su impacto en el desarrollo de las actividades académicas en cuanto a los procesos de enseñanza aprendizaje, lo que nos conduce al rendimiento académico, proceso clave dentro de los espacios de formación estudiantil.

Por tanto, abordar el uso de celulares en este estudio no se limita a la simple descripción de consumo y uso del dispositivo como un hecho que interviene superficialmente en las actividades académicas de los estudiantes, sino un factor que al afectar la formación personal, identitaria y social de los sujetos también puede afectar de manera significativa los resultados académicos de los mismos.

En consecuencia, es intención de este trabajo investigativo entablar un diálogo entre las categorías: **Rendimiento Académico, Uso y Consumo del celular y Desarrollo de**

Habilidades Sociales. Aquí es importante señalar que la categoría “habilidades sociales” se presenta como un factor implícito dentro las otras dos categorías.

Por tal razón realizar un análisis profundo que permita identificar cómo y de qué manera se relacionan las categorías entre sí, pondrá en evidencia el impacto de dicha relación en el desarrollo de los procesos de enseñanza aprendizaje de los sujetos de estudio, lo que además supone una reflexión sobre la forma en la que se aborda el problema pedagógicamente, teniendo en cuenta que el uso de los dispositivos móviles podría ser potenciado o resignificado en virtud de los procesos educativos de los colegios, dejando a un lado la restricción de su uso dentro de las aulas.

La problemática planteada busca poner en evidencia los nuevos fenómenos que se desarrollan dentro del contexto escolar, situación que amerita ser objeto de investigación, para ello se debe realizar una descripción detallada permitiendo una adecuada interpretación que posibilite visualizar rutas hacia nuevas prácticas pedagógicas que intervengan adecuadamente, buscando mejores resultados en el rendimiento académico de los estudiantes.

4.1. Pregunta Problema:

¿CUAL ES LA RELACIÓN ENTRE EL USO Y CONSUMO DE TELÉFONOS INTELIGENTES CON EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DE PRIMARIA?

5. Objetivos:

5.1. Objetivo General

Identificar qué tipo de relación hay entre el uso y consumo de teléfonos inteligentes y el rendimiento académico de estudiantes de cuarto grado de primaria.

5.2. Objetivos Específicos

- Reconocer los diferentes motivos por los cuales las estudiantes usan teléfonos inteligentes a tan corta edad.
- Realizar una interpretación sobre la posible inferencia del consumo simbólico dentro de la construcción de identidad y relaciones sociales de los sujetos de estudio
- Determinar las posibles oportunidades de usar el celular como herramienta didáctica dentro del aula.
- Examinar las percepciones de los profesores del Liceo frente a la posibilidad de aprovechar el teléfono inteligente como herramienta pedagógica.

6. Marco Teórico

En este trabajo es necesario identificar las redes teóricas frente al problema que se pretende abordar, “el consumo simbólico de celulares y su posible incidencia en el rendimiento académico dentro de contextos educativos”, especialmente, en básica primaria, lo que plantea un problema que genera preocupación, por lo que es pertinente su estudio, y la profundización conceptual en este marco teórico.

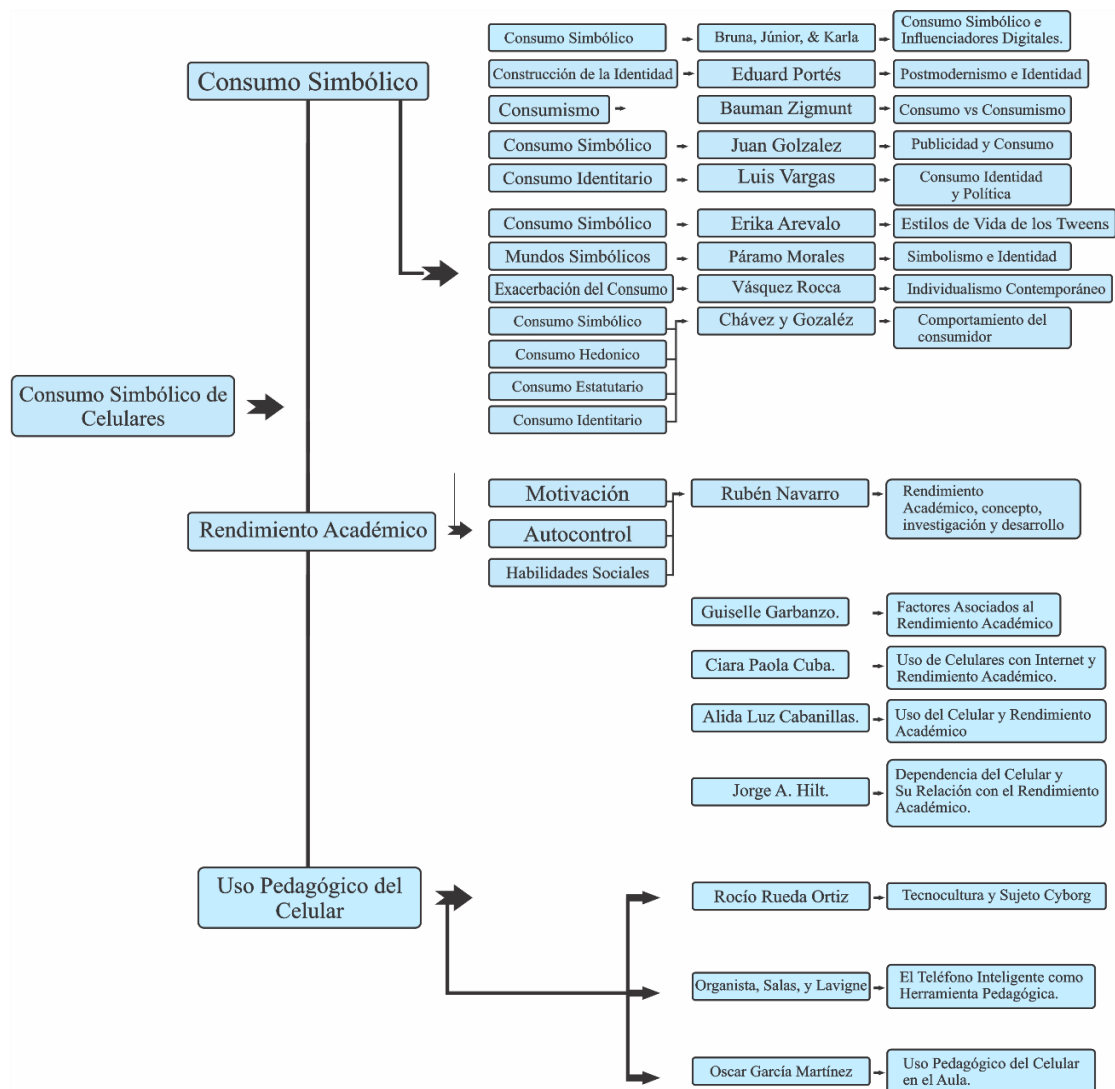
Para la organización de las categorías de análisis se utilizó el modelo de vertebración de (Hernández, 2014), planteado en su libro Metodología De La Investigación.

Este modelo tiene como objeto diseñar un “índice” conceptual de manera “global” para darle cuerpo organizacional “columna vertebral” al marco teórico, el cual se irá ajustando a medida que se desarrolla, hasta que sea muy específico, para luego incluir a los referentes teóricos; a este ejercicio se le conoce cómo “vertebrar” (Hernández, 2014, p. 78).

El modelo de vertebración propuesto para este marco teórico está estructurado de forma tal que introduzca al lector sobre la categoría del consumo simbólico. En una de las primeras investigaciones, que se remonta a los años 80, se intenta desmenuzar el concepto para visualizar sus características, significados parciales y estructura misma del fenómeno, al llegar a este punto y guiados por el modelo de vertebración se agregaran las subcategorías correspondientes, citadas en estudios mucho más recientes lo que en efecto nos conduce a su revisión estricta, al mismo tiempo que se estructuran otras dos categorías centrales de este ejercicio teórico, (rendimiento académico y uso de celulares en espacios académicos). De esta manera se pretende tejer mediante un hilo conceptual la argumentación sobre la relación entre categorías y sus posibles efectos, esto aprovechando la profunda revisión de la literatura, en la que se destacan trabajos investigativos en los que se concentran diferentes características del consumo simbólico que se encuentran presentes de igual forma en los fenómenos del rendimiento académico y uso de celulares. Con la intención de darle una mirada académica y humana a estos fenómenos, permitiendo visualizar su impacto social, humano, personal y académico.

6.1. Modelo De Vertebración

Figura 2 Modelo de Vertebración



Fuente: Elaboración propia.

¿Qué es el consumo?, ¿Qué diferencia existe entre el consumo y el consumo simbólico?

Antes de iniciar con el diálogo conceptual propuesto para el marco teórico es necesario realizar una descripción detallada que explique con brevedad la categoría central de este trabajo; El Consumo Simbólico, por lo que se plantea su introducción con el marco conceptual que describe esta categoría.

6.2. Marco Conceptual

El consumo es un rasgo inherente de los seres humanos, responde a unas necesidades básicas para la supervivencia del hombre. Según el psicólogo estadounidense Abraham Maslow, quien desarrolla su teoría de la motivación humana en 1943, allí propone que las necesidades se deben organizar jerárquicamente en cinco categorías, y en orden ascendente de acuerdo con la importancia para la supervivencia, la capacidad y la motivación humana (Quintero, 2007). Esta teoría conocida como la pirámide de Maslow, básicamente ubica las necesidades esenciales para la vida del hombre en cinco niveles correspondientes a: Necesidades fisiológicas, Necesidades de seguridad (vivienda y abrigo), Necesidades sociales, Necesidades de estima o afecto, y en el quinto nivel, se encuentra la necesidad de autorrealización o de crecimiento personal. De acuerdo con esto, los seres humanos tienen que buscar la manera de satisfacer estas necesidades, las más básicas a través de la alimentación, deposición corporal, y búsqueda de refugio; para el caso anterior el acto de consumo es determinante, el ser humano debe consumir puesto que únicamente por medio del consumo puede satisfacer sus necesidades, de lo contrario no le sería posible subsistir, al respecto Bauman (2007) comenta que “el consumo es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano” (p. 47). el consumo se explica como una característica inherente a los seres humanos, inherente, entendido como algo que es permanente en el ser, que no puede ser separado ya que hace parte de su naturaleza; a diferencia del consumismo, que para este autor es “un atributo de la sociedad conformada por individuos cuya capacidad de querer, desear o anhelar ha sido separada o alienada de ellos mismos” (Bauman, 2007, p. 47).

El concepto antes mencionado, “consumismo”, es relevante para este estudio, puesto que es necesaria su lectura conceptual para poder dialogar con la categoría principal, consumo

simbólico; aquí puede apuntarse, que, este es un fenómeno en el cual, las diversas formas y hábitos de consumo se desproporcionan, dicho de otro modo, el consumismo es el acto, en el que los sujetos compran mercancías que no necesitan empujados por su irracionalidad, lo que podría explicarse bajo la categoría del consumo simbólico y sus sub categorías.

La sociedad de hoy vive en un frenesí de compras, modas y promociones, en lo que parece ser un sinfín de productos que se ofrecen para satisfacer los nuevos deseos de los consumidores. Tal como lo propone Bauman con el consumismo es ratificado por Vargas en su tesis doctoral, (Consumo, Identidad y Política), en la que señala

(...) el marketing, el desarrollo de la industria publicitaria, la venta por correo o a plazos, la aceleración de las modas, la institución de las rebajas y la política de saldos. Y la huella de aquellas transformaciones y estas innovaciones se observa hoy en una economía orientada fundamentalmente a la estimulación del consumo más que de la producción, del gasto más que del ahorro, de las marcas más que de los productos, de la técnica de ventas más que del desarrollo industrial y de la satisfacción inmediata más que de la diferida (Vargas, 2012, p. 90).

Aquí es muy importante acercarse al fenómeno y realizar una revisión para identificar las razones de estos hábitos de consumo. Abrir interrogantes sobre su estructura funcional, lo que permitirá entender de una forma más clara el fenómeno; en este sentido vale la pena acercarse a uno de los conceptos claves para este estudio, **el consumo simbólico**, como eje problematizador.

Haciendo un primer acercamiento sobre la estructura funcional del fenómeno es necesario resaltar que en el consumo simbólico los sujetos no compran, usan o consumen productos motivados por su valor funcional o una lógica de intercambio comercial, en cambio, el acto de consumo es producto del valor simbólico de las mercancías, es decir del significado

cultural que tiene el producto para diferentes grupos sociales a los que el sujeto consumidor quiere acceder. De ahí que el fenómeno tenga un efecto en doble vía, primero, la construcción del mundo social a través de los símbolos de las mercancías Fenollar (2002), un ejemplo de esto, son: “las modas” o “estilos de vida”. Segundo efecto es, la construcción de identidad del sujeto a partir de lo que consume con el fin de mostrar quien es y expresar su estilo de vida, buscando participación en dicho mundo social.

Bajo la perspectiva sociocultural se configura una relación entre el consumidor y la mercancía “(...) Consumir ha dejado de ser una actividad sencilla, determinada por las necesidades de los sujetos, para transformarse en un complejo proceso de interacción y reproducción social” (González, 1986, p. 99). Relación que está mediada por el significado cultural que tiene la mercancía para el consumidor.

Estos significados son proyectados a través de los símbolos con los que son dotadas las mercancías, estos símbolos pueden ser representados por marcas, atributos de la mercancía, relevancia del artículo (si está a la moda o no) etc. Bajo esta lógica de consumo es posible reflexionar y preguntarse por la jerarquía funcional del mercado de consumo, ¿Quién moldea a quien bajo la lógica del consumo simbólico?, ¿El productor a la mercancía, el consumidor a la mercancía, o la mercancía a estos últimos dos?

Sobre este tema Vargas (2012) hace una aproximación valiosa del perfil del consumidor postmoderno a través de las ideas de Lipovetsky

El consumidor se perfila, así como aquel ser necesariamente indiferente y constantemente seducido por unos y por otros, alternativa o simultáneamente, presto a adquirir el nuevo artilugio de moda, a seguir la última tendencia, a acudir al centro comercial recientemente inaugurado o al viejo recién remodelado, a pagar la asistencia al

novísimo espectáculo y, en definitiva, a consumir sea lo que fuere, donde, cuando y como sea. Lipovetsky detecta bien la paradoja de que sólo un exceso como el proporcionado hoy por la oferta organizada en la cantidad y diversidad de los productos y servicios, así como en la retórica publicitaria omnipresente, podría generar esta particular hibridación postmoderna de que una inflación de estímulos seductores y una actitud indiferente, en apariencia incompatibles, en realidad se complementen (Vargas, 2012, p. 153).

De acuerdo con este autor el mercado global pretende construir un mundo social a partir de la diversidad de productos irresistibles para los consumidores; modas y estilos de vida, son el constructo producido a través de los símbolos culturales de dichas mercancías.

En relación con lo anterior vale la pena destacar algunas ideas de Morales (2011) sobre el diálogo entre la mercancía y el consumidor en el que los símbolos y significados implícitos juegan un papel relevante para esta forma de consumo, “Estos símbolos se han transformado en el eje a través del cual los miembros de una comunidad envían y reciben mensajes de una manera tal que no solo es posible comprender a sus semejantes, sino sobre todo ser comprendidos por ellos” (Morales, 2011, p. 2). En este sentido la mercancía comunica un mensaje que se puede categorizar en diferentes formas de consumo, por ejemplo, consumo estatutario, consumo hedónico, y consumo identitario, todas ellas con el propósito de construir relaciones sociales, a diferencia del simple consumo, entendido como un rasgo inherente de los seres humanos cuya función es satisfacer necesidades básicas para la vida.

6.3. Consumo Estatutario

Esta es la primera definición diferente que se le da al consumo, frente al consumo en función de satisfacer necesidades.

El consumo estatutario establece la relación entre la compra de mercancías y el estatus social, en ella expone cómo el consumo se ha determinado por la necesidad de demostrar posiciones de superioridad en la sociedad. este tipo de consumo se define como consumo estatutario (Thorstein, 1899, como se citó en Chávez y González, 2013, p. 28).

Consideremos ahora que a través de esta forma de consumo los sujetos logran encajar en la sociedad; para el sujeto consumidor, el status se legitima por medio de los objetos que compra y posee, así su identidad es construida mediante su lógica de consumo; acciones irracionales que desembocan en una descomposición social, tal y como lo expresa González (1986) “La sociedad industrial fabricaba y consumía productos, nuestra sociedad post-industrial produce y consume consumidores” (p. 106), en consecuencia, el consumo estatutario transforma a los individuos y a la sociedad misma en una mercancía más.

6.4. Consumo Hedónico

Esta variante del consumo simbólico sustenta que el consumo de mercancías es motivado por la obtención de placer y no con el fin de satisfacer alguna necesidad básica del ser humano, tal y como lo expresa Fenollar (2003) citado por Chavéz y Gonzaléz (2013).

El hedonismo se asocia a la búsqueda de placer, diversión, aventura y distracción entre otros, a través de los productos; esto significa que no son aspectos funcionales los que motivan el consumo, sino que se trata de divertirse con los productos, distraerse o incluso imaginar situaciones desde la perspectiva misma del consumidor (p. 30).

Al respecto conviene decir que este tipo de consumo va aún más allá de consumir en función de una serie de significantes culturales, este va fuera de la esfera de la funcionalidad para la que se fabrica la mercancía. O’Shaughnessy y o’Shaughnessy (2002) citados por Chavéz & Gonzaléz (2013) lo proponen de la siguiente manera. “El consumo hedónico en general está

determinado por el consumo por gusto, relajación, placer, auto-disfrute, libertad de acción y de elección” (p. 30). En otras palabras, el único fin de este tipo de consumo es la obtención de placer proporcionado por las propiedades de las mercancías. Podemos ubicar un ejemplo de este tipo de consumo en los sujetos que se obsesionan en la compra repetitiva, acumulativa de uno o varios productos que cumplen una misma función; personas que compran muchos pares de zapatos, o accesorios solo por el gusto que les produce acumular dichas mercancías.

6.5. Consumo Identitario

Esta variante del consumo simbólico tiene como propósito identificar a los individuos a través de uno o más símbolos adheridos a las mercancías, un ejemplo de esto es la tendencia de algunas personas a comprar objetos o mercancías con características idénticas cuya diferencia solo radica en su **Marca**. Este comportamiento se explica por el reconocimiento y aprobación social que encuentran los sujetos en la sociedad por medio de esa forma de consumo. Como resultado, el sujeto consume en función de ser identificado por otros y al mismo tiempo, diferenciarse de distintos actores sociales con los que no encuentra afinidades personales. Por lo tanto, mediante este proceso el sujeto se construye a sí mismo, moldea su identidad personal y social, Al respecto Chávez y González (2013) comentan que “El consumo de marcas de cargado simbolismo social facilita a las personas modos de relacionarse, ser aceptados e identificarse con los demás, lo que repercute en su reafirmación como ser social” (como se cito en Arévalo 2010, p. 31).

Este es un tipo de consumo que interviene en la identidad de los sujetos a partir de la inmersión a grupos sociales cuyos intereses convergen en formas de consumo grupal que los identifica entre sí, es decir, un sujeto que quiere pertenecer a un grupo social tiene que consumir cosas similares a los miembros del grupo, esto puede incluir toda clase de cosas, desde ropa,

hasta accesorios de marcas específicas, incluidos teléfonos inteligentes de alta gama, para los casos donde además de la identidad de los sujetos está en juego el estatus que quieran demostrar.

Esta concepción del consumo simbólico como una forma de expresión en la que algunos productos considerados apenas funcionales, se tornan objetos de representación cuyo fin último no es satisfacer una necesidad primaria, sino una necesidad social de identificación con un grupo particular, se le conoce como consumo identitario, (Munita, 2007, citado por Chávez y González, 2013, p. 31).

6.6. Consumo Simbólico

Juan A González, en su trabajo “Publicidad y Consumo Simbólico” realiza un análisis del consumo bajo cinco perspectivas diferentes: las teorías económicas, los modelos conductistas, el paradigma cognitivo coincidente con la orientación psicológica, el enfoque sociológico, y desde el plano de la semiótica.

En el primero de ellos, está basado en la racionalidad del homo economicus. Referido a la racionalidad sobre las decisiones que dominan a los sujetos, y a la coherencia reflexiva de su comportamiento orientado en beneficio propio, esta línea de pensamiento dice que, en los actos de consumo acelerado, se expresan en irracionalidad, que al mismo tiempo crean lógicas de consumo, que condicionan el mercado, buscando justificar conductas que ya no son racionales, como el hecho de que los sujetos compren cosas que no necesitan.

Bajo la mirada del modelo conductista, el consumidor se concibe como (...) un sujeto pasivo y condicionado, que asimila los hábitos de consumo de manera refleja, son satisfactorios por cuanto se refieren a un consumidor arquetipo (González, 1986, p. 100).

Por esto conviene decir que los sujetos encuentran satisfacción con mayor frecuencia en tanto, lo que consumen, sea reproducido socialmente entre diferentes sujetos identificados entre

sí dentro de un mismo grupo social, mediante el consumo pueden percibir afinidad con otros sujetos.

El modelo cognitivo se ocupa de establecer las variables que inciden en la conducta del consumidor, como las fuentes de información y la forma en que esta llega. Aludiendo a la publicidad que reciben los sujetos antes de realizar el acto de consumo, González (1986). Resalta que, demasiada información conlleva una peor elección de compra y consumo.

Bajo el enfoque sociológico también se hace un aporte conceptual importante, para una mejor comprensión sobre los fenómenos que se dan alrededor de las diferentes formas de consumo. Por tanto, aquí es posible hacer un análisis sobre el consumidor, descrito por González como un “(...) integrante de varios grupos sociales que imponen sobre él, [diferentes] valores y normas. El individuo se comporta en relación con su identidad social, orientando su conducta de acuerdo con la conducta social de grupos a los que pertenece” (González, 1986, p. 101).

Dichas normas pueden clasificarse como: formas determinadas de vestir, de hablar, comunicarse, y por su puesto de consumir. Es decir, si hay algún producto o mercancía que sea de preferencia del grupo social, ya sea por sus características físicas o simbólicas, se podría configurar como un patrón de consumo de los sujetos pertenecientes a grupos concretos.

Por lo que podría ser válido plantear, que el hecho de que en un salón de clase esté presente un individuo perteneciente a un grupo específico de amigos, quien, a su vez, es poseedor de una mercancía permeada con algún tipo de símbolo, o significado cultural, produzca un efecto de reproducción social y consumo colectivo en otros individuos presentes en el contexto, quienes se ven influenciados a consumir y usar ese mismo tipo de mercancías. En el caso citado, teléfonos inteligentes dentro y fuera de las aulas de clase.

Lo que se complementa con la mirada semiótica del consumo: la imitación, la expresión de estatus, los valores y los estilos de vida, son el origen de la conducta social del consumidor (B. Chatelat 1980 como se citó en González, 1986). El consumo bajo esta perspectiva “(...) se reviste bajo las propiedades de un grupo: cada grupo social produce sus propios signos, que se decodifican como significantes, es decir, como representantes de este grupo, identificado socialmente por este universo semiótico” (González, 1986, p. 101).

Tales signos dentro de los objetos de consumo han de determinar las relaciones sociales que establecen los sujetos, tal como lo señala Arévalo (2010).

“(...) en el objeto predomina una función social, pues el Tween se consume en la cosa para distinguirse de los demás, paradójicamente, emulando o adoptando los símbolos manifiestos en el grupo de referencia” (p. 112). Es decir que, en el consumo simbólico los objetos son permeados por símbolos que tienen la capacidad de diferenciar a los sujetos y a su vez identificarlos entre sí. El objeto pierde parte de su sentido práctico, puesto que no es consumido por su valor funcional, sino por el valor simbólico que un individuo o grupo le ha atribuido.

Al llegar a este punto es necesario delimitar lo que interesa en este trabajo, intentar establecer la relación entre el consumo simbólico de teléfonos inteligentes y el desempeño académico.

Lo dicho hasta aquí supone problematizar el uso de teléfonos inteligentes, más allá del simple hecho o acto de consumo, intentar ver la complejidad, los símbolos que representa este tipo de consumo para la población de este estudio, que se desenvuelve dentro de un contexto educativo.

Una vez hecho un previo reconocimiento conceptual acerca del consumo simbólico es pertinente ubicarnos cronológicamente en uno de los primeros análisis que se realizaron sobre dicho fenómeno para así arrancar con su examen profundo.

En el año 1.986 Juan Antonio González Martín publica el artículo “Publicidad y Consumo Simbólico”, en la revista de estudios y desarrollo, infancia y aprendizaje en España. Allí González describe al consumo simbólico como una acción humana en la que los sujetos consumen mercancías que han sufrido una transformación de utilidad, es decir, estas mercancías son consumidas no por el valor de uso para el que fueron fabricadas, sino por el valor cultural, simbólico que tienen en la sociedad postmoderna. Los objetos y mercancías son susceptibles a la subjetividad de los consumidores, quienes encuentran diferentes valores culturales en ellos, que de igual forma están mediados por diferentes grupos sociales que concretan la identidad de sus miembros en ciertos tipos de mercancías, que los identifica entre sí, como lo expresa González (1986):

La mayoría de objetos se subjetivizan en el consumo, valiendo más por lo que representan, es decir por su capacidad semiótica, que por lo que realmente son, (...) por su funcionalidad: además se orientan a la orientación de necesidades no siempre definidas, generadoras de consumo simbólico (p. 99).

El objetivo de González es tratar de explicar el proceso de consumo, en el cual plantea una propuesta desde un enfoque sociológico con una aproximación semiótica. Aunque el trabajo de González tiene algunas décadas, su aporte es pertinente dado que el devenir social es constante, y la sociedad moderna como se conoce viene gestándose desde hace décadas. El hombre moderno del que habla González comparte de la misma forma de consumo con el hombre postmoderno, es decir, en ambos casos existe un consumo mediado por los símbolos de las mercancías cuyo fin es reafirmar la identidad del consumidor y su interacción social.

Postura apoyada por Portés (2015). Al describir al sujeto social postmoderno desde la lógica del consumo:

(...) podemos afirmar que el individuo postmoderno está viviendo un proceso de transición, donde pasa de un mundo cognitivo, de la adquisición de conocimiento y la producción (modernismo) a un mundo semiótico, de consumo de símbolos y significados, en constante seducción y orientada al hedonismo (postmodernismo). Siguiendo este supuesto, el individuo postmoderno evoluciona de Homo economicus, el cual se definía por términos económicos racionales (costes, beneficios, recursos) a Homo consumericus (Cova, 1997), teniendo como gran objetivo reproducir y representar su autoimagen a través del consumo y sus experiencias (Portés, 2015, p. 24).

Esta transición representa una transformación del consumidor, como ya lo decía González, hay un tránsito hacia un sujeto consumidor de mercancías que fueron fabricadas para un fin específico. Lo que en el pensamiento de Portés, es igual al “Homo economicus” que consume racionalmente para cubrir necesidades, transformado a un sujeto consumidor de símbolos y significados culturales adheridos a las mercancías, cuya función es, representarse a sí mismo, en una construcción de identidad para sí y para su grupo social de referencia.

Otras concepciones del consumo simbólico son presentadas a través de la siguiente figura:

Tabla 1 Sobre el Consumo Simbólico

Autor	Fecha	Definición
Landon	1974	“Uso del contenido simbólico de las marcas para expresar la identidad”
McCracken	1987	“Adquisición de los productos debido a cualidades que van más allá de sus atributos utilitarios o

		su valor comercial, basándose principalmente en la habilidad de dichos productos de transmitir y comunicar significados de tipo cultural” (p.140)
Sun, Wang, Lepp y Robertson	2014	“adquisición, creación mantenimiento y presentación de nuestro sentido de identidad existencial a través del consumo” (p.55).

Nota. Fuente: (Luna, 2017, p. 39).

De acuerdo con estas definiciones es posible observar cómo se vincula conceptualmente el consumo con símbolos o significados que reafirman, o configuran la identidad de los sujetos, y su adhesión o participación en diversos grupos sociales.

Otro aporte importante que concuerda con la reconceptualización del consumo, es planteado por Chavéz y González (2013), autores que manifiestan que “El consumidor postmoderno ha evolucionado hacia el homo consumericus, definiéndose por el consumo y las experiencias derivadas del mismo, produciendo así la fragmentación del self y articulando a través de las imágenes en el consumo de productos” (p. 28).

Lo cual es complementado con Portés (2015) refiriéndose a la transformación del consumidor en la postmodernidad, de “homo economicus” reemplazado por el “homo consumericus”. Cambiando así la lógica de consumo, la primera cuyo fin es, la satisfacción de necesidades a través de la utilidad de sus mercancías, y la segunda, un consumo de marcas y símbolos, detrás de objetos obsoletos de funcionalidad, cuyo fin es la oportunidad de participación social de los sujetos en la sociedad. Lo cual se consigue a través del mencionado consumo simbolizado, tal y como lo expresa Munita (2007) citado por Chávez y González (2013): “Dicho consumo ha sido utilizado para mostrar cierta cualidad o imagen frente al resto

de la sociedad, que incluye tanto amigos como desconocidos. Es así como comienza a desarrollarse el consumo simbólico” (p. 28).

En ese sentido, cambia la lógica del consumo racional para la satisfacción de necesidades, al consumo para la reproducción social. Lo que concuerda con el pensamiento de Portés (2015). Quien describe al consumo no simbólico, en términos económicos, como, el instante en el que las mercancías o servicios son útiles a los consumidores, allí el fin último del consumo es el proceso productivo de las mercancías o servicios, en términos de “Marketing”, el consumo es un proceso de varias etapas, en las que primero se identifica la necesidad del consumidor, segundo, se satisface dicha necesidad a través de la “compra”, y por último la etapa de uso de las mercancías o productos, que se pueden consumir de dos formas: Primero, en la destrucción inmediata de la mercancía en el acto de consumo. Segundo, en la transformación de esta mercancía usada como insumo para la fabricación de otra.

De forma simbólica, el consumo aparece como “(...) un proceso social continuo, donde las mercancías son recipientes con significados adscritos que reflejan valores personales y culturales del sujeto, facilitando la construcción y expresión de sus identidades (Belk, s. f. citado por, Portés, 2015, p. 50).

Mirada que se hace bajo la corriente de pensamiento, Constructivismo simbólico que en síntesis, dice que existe una compleja relación entre “la interacción social y la naturaleza reflexiva del Self, y las negociaciones de significado en la Sociedad cotidiana” (Blumer, 1969, como se citó en Portés, 2015, p. 47). Es decir, que el consumo simbólico en la sociedad juega un papel importante para la construcción de identidad de los sujetos, quienes, se sienten identificados con las representaciones simbólicas que se alojan en las mercancías de consumo,

así como también tiene un papel relevante en la inscripción social de los individuos, puesto que a través de estos símbolos pueden mostrarse a los demás, y ser reconocidos socialmente.

Al respecto Morales (2011), comenta que, los símbolos juegan un papel importante a la hora de establecer relaciones sociales y hacer construcción de identidad:

El mundo simbólico como expresión de lo colectivo, de lo social, de lo humano, describe aspectos de la vida real a través de símbolos y signos. Es así como a cada símbolo se le asigna un significado específico que por su esencia puede referirse a cualquier nivel del mundo real (p. 3).

De esta forma, diferentes autores coinciden en describir al consumo simbólico como un fenómeno social en el que, el simple consumo de los individuos, se transforma en una forma de reproducción social, con el fin de construir identidades mediante símbolos que son alojados en las mercancías, que posteriormente se comercializan en forma de artículos de moda, ropa de marca, teléfonos de última tecnología u objetos de lujo, para luego ser adquiridos por personas que buscan escalar socialmente, establecer el status social, o por simple placer que puede generar el consumo.

Esta descripción superficial de la estructura del consumo simbólico se convierte en un insumo para entablar la discusión sobre el alcance de dicho fenómeno en diferentes escenarios sociales, como el aula de clase, al que este trabajo interesa de manera puntual, puesto que en estos espacios de formación educativa los sujetos interaccionan en diferentes grupos sociales, que a su vez tienen diferentes gustos en formas de modas que los sujetos persiguen y quieren imitar.

El aula de clase se presenta como un escenario potencial en el que se desenvuelven de múltiples significados que giran alrededor de las formas y capacidad de consumo de sus

individuos, quienes además se encuentran en plena etapa de desarrollo de sus habilidades sociales, por lo que estos sujetos pueden desarrollar hábitos de consumo con la intención de ser aceptados socialmente.

Según González (1986), el consumo es reconfigurado simbólicamente sobre tres variables. Número uno, objetiva: en relación el valor funcional de las mercancías. Número dos, Subjetiva: referente a lo que la mercancía representa o significa para cada consumidor según su personalidad. Número tres, Representación y significación: Consumo mediado por el significado cultural que le dan los grupos sociales a las mercancías. Tales variables obedecen a diferentes lógicas de producción y reproducción de consumo, “lógica funcional del valor de uso” “lógica económica del valor cambio” correspondientes a la variable objetiva, más otras dos, “lógica de cambio simbólico” y “lógica de valor signo” que por un lado rellenan las mercancías con símbolos y también resignifican tales objetos transformándolos en puentes de identificación social y representación de identidad. Por lo que las mercancías en el consumo simbólico asumen un rol de reproducción social que deben ser objeto de análisis para su correcta interpretación.

Bajo esta lógica es posible intentar interpretar el funcionamiento interno del consumo y la racionalidad del consumidor. Un individuo que hace un consumo objetivo, compra un artículo por su capacidad funcional, sus características son: realizar llamadas telefónicas, crear una agenda personal y conectarse a internet de forma remota para enviar correos electrónicos y mensajes instantáneos. Un sujeto que hace consume simbólicamente adquiere mercancías solo por su marca, o la popularidad de tales productos en su grupo social, en tal caso la marca es equivalente a un símbolo. Tal símbolo representa y habla por el sujeto. A través del símbolo-marca, otros individuos de su entorno social pueden leer su capacidad adquisitiva. En general el consumo de ciertas marcas puede revelar diferentes aspectos de la personalidad. Por lo que es

bastante común encontrar similitudes de consumo y afinidades identitarias entre diferentes miembros de un mismo grupo “De este modo el consumo no se agota en los objetos, sino que se interioriza en el universo cognitivo de los consumidores, que intentan, a través del uso de determinados paquetes atributivos, integrarse o imitar a los grupos de consumidores de ciertas marcas” (González, 1986, p. 105). La importancia de los símbolos y marcas para las mercancías es comparable con el propósito funcional para el que fueron fabricadas. Al respecto Arévalo (2010) comenta que:

Las marcas, entonces, pasan a ser los nuevos artículos de compra; son comercializadas como experiencias seductoras y con ello alteran la configuración de estilo de vida en los niños, quienes luchan por pertenecer e interactuar en una sociedad donde priman los simbolismos asociados al consumo de marcas (p. 104).

Lo que supone una alteración en la construcción de la identidad en los sujetos, especialmente en los niños.

A partir de estas lógicas de consumo se configuran otro tipo de fenómenos sociales como la **individualización** de los sujetos, quienes presos de sus actividades económicas compran mercancías con el único fin de satisfacer necesidades artificiales en un acto de irracionalidad, irresponsable y egoísta, en la que el sujeto piensa y vive para sí mismo. El consumo simbólico de la mano de las tecnologías, ha aislado a los sujetos quienes paradójicamente pasan horas enteras navegando en línea en busca de lugares a los que pertenecer, con los cuales encajar, en busca de gente con quien relacionarse socialmente desde la frialdad de múltiples dispositivos digitales, como lo expresa Vásquez Rocca, (2008). “El solipsismo de la navegación por la Web es un curioso gesto autista que va buscando contactos humanos para suplir la carencia de encuentros personales, a la vez que se resguarda de la presencia total” (p. 125).

Es allí donde las tecnologías digitales con acceso a internet se convierten en un puente entre los consumidores, las mercancías, y los símbolos impresos en estos últimos, el consumo simbólico se transporta fácilmente por medio de computadores portátiles, electrodomésticos inteligentes, y celulares. Este último, producto protagonista, puesto que se han transformado en un miembro más de la integridad de sus portadores.

Los teléfonos inteligentes otorgan a sus usuarios la capacidad de vivir una vida solitaria y al mismo tiempo, una vida llena de interacción social.

(. . .) el vértigo de las nuevas carreteras de la información nos permiten traspasar fronteras y gozar de una hiperconectividad que propicia la comunicación con alejados individuos de todo orbe, pero que paradójicamente limita nuestros lazos afectivos familiares y fragmenta nuestros espacios de relación cotidiana (Vásquez, 2008, p. 124).

Por tal motivo la capacidad social de los sujetos es alterada, se desarrollan habilidades para la comunicación en línea, no personal, dificultando al mismo tiempo las interacciones interpersonales de manera presencial. El individuo se construye a sí mismo haciendo uso de diferentes aplicaciones en sus teléfonos para construir su imagen. En redes sociales puede ser quien desea ser, proyectar a sus semejantes una identidad artificial que no puede ser sostenida en la realidad. Una imagen que en la mayoría de casos es el reflejo de los referentes de consumo y experiencia que se encuentran dentro de las redes sociales, como es expuesto por Almanza (2012).

La imagen que los adolescentes publican para ser identificados en la red social es una de los elementos a los que más dedican mayor tiempo: piensan su imagen, la diseñan, la crean, la producen, la editan... la reeditan. Sin embargo, ellos construyen su imagen en soledad. (. . .) la fotografía ha sido hecha por ellos mismos mediante un espejo (Almansa,

Fonseca y Castillo, 2012, p. 130).

El uso y consumo de teléfonos inteligentes se puede asociar a la construcción identitaria de los sujetos, quienes proyectan su imagen autoconstruida a través de internet “Seres contingentes código genético, escritura en computador, personajes diversos adaptan su identidad, construyen y reconstruyen su cuerpo en chats y páginas webs enfrentándonos a una subjetividad múltiple, fragmentada, diseminada en la red” (Ortiz, 2004, p. 73). Contingencia social en un mundo globalizado, interconectado, y cada día más digitalizado y tecnificado.

Por lo que vale la pena resaltar el papel de los teléfonos inteligentes, dispositivos de alto uso y accesibilidad, objeto que está envuelto dentro del fenómeno del consumo simbólico. Dispositivos a través de los que, los individuos se conectan al mundo digital, comunican sus ideas y pensamientos; se identifican con otros; se adhieren socialmente. Lo anterior supone una complejidad del consumo que debe ser objeto de análisis completo y correlacional, puesto que juega un papel determinante en la vida de los sujetos.

Bajo esta primera revisión sobre el consumo simbólico es necesario resaltar que la población que a este trabajo concierne es susceptible a estas lógicas de consumo, puesto que la forma en la que se relacionan socialmente dichos sujetos es atravesada por el mundo digital. Un claro ejemplo de ello son las redes sociales, plataformas virtuales que se alojan en el espacio en línea de la internet, y a las que se accede fácilmente por medio de los teléfonos inteligentes.

Sumado a lo anterior, es importante resaltar el papel de los niños como consumidores en acto y potencia, esta generación conocida como los nativos digitales, o como los describe Arévalo (2010) como “. . .) los tweens. Estos son niños que están cerca a la adolescencia (rango de edad entre los 8 y 12 años de edad) (. . .) gozan de participación activa en la sociedad de consumo; son influyentes potenciales de los gastos familiares” (p. 104).

Lo anterior indica que este rango de edad coincide con la muestra poblacional del presente estudio, niñas estudiantes que apenas están gestando su identidad; tales sujetos se desenvuelven en un ámbito social diverso que se desarrolla en medio de las dinámicas y fenómenos del consumo.

Lo que supone un contexto capitalista de consumo acelerado que se ha reducido al ser en un ente que tiene como propósito y fin, comprar, consumir y desechar; muy diferente al ser humano interesado en comprenderse a sí mismo. Siendo el *ser*, objeto de reflexión ontológica cuya interrogante se centraba en su significado, propósito, origen y fin último.

Ahora, un círculo irracional envuelve al ser humano; una sociedad en la que los sujetos que más consumen, son los que más destacan socialmente. Seres transformados en recipientes vacíos que se rellenan con símbolos empaquetados en mercancías que prometen un lugar en la sociedad postmoderna coincidiendo con Arévalo (2010) quien dice que “el consumo crea un sistema de diferenciación social basado en la posesión de bienes” (p. 105).

En la sociedad de consumo los sujetos son en tanto tienen o poseen, se construyen a sí mismos y en sociedad a partir de sus formas de consumo, lo que se puede ejemplificar de forma simple: Poseer es igual a ser, y el no poseer es igual a no ser, lo que equivale a ser invisible socialmente, o simplemente a no tener participación.

Bajo esta lógica, en un sentido ontológico, el ser es sustentado en tanto tenga el poder para poseer, comparar aquello que lo identifica, diferencia y lo hace partícipe de la sociedad. Este ser se aleja de la interrogante por su origen o principio, reduciendo su existencia al ciclo de comprar, consumir y desechar. De acuerdo con Ortiz (2004), esta nueva ontología no busca responder interrogantes sobre el origen o propósito del hombre. El nativo digital, o como él lo llama, sujeto Cyborg, es un hombre que no pertenece a ningún lugar. Un ente nativo de la

tecnocultura, que separa su integridad biológica de su ser para poder crearse a sí mismo a través de una pantalla (p. 75).

6.7. Construcción De Identidad.

Como parte del ejercicio teórico conceptual de este trabajo es importante abordar la categoría de construcción de identidad dada su asociación con el fenómeno del consumo simbólico, allí aparece como uno de los factores personales de los sujetos que se ven afectados mayormente por el fenómeno en mención, por lo tanto, es importante profundizar esta categoría con la intención de revisar su relación con el consumo simbólico.

La identidad es un concepto ampliamente utilizado en investigación social, para este estudio representa un factor clave, debido a su alta relevancia para la muestra poblacional, sujetos que se encuentran en las primeras etapas de formación personal, académica y social.

El concepto puede ser presentado en dos variantes según Maldonado & Hernández (2010). El de identidad general, que se manifiesta de modo singular, es decir, del sujeto para sí mismo, “La identidad supone un ejercicio de autorreflexión, a través del cual el individuo pondera sus capacidades y potencialidades, tiene conciencia de lo que es como persona” (Maldonado y Hernández, 2010, p. 231) y la variante de identidad colectiva, que tiene que ver con la afinidad y adscripción de un sujeto para con un grupo social.

Así como también lo propone Henry Tajfel en su concepción de identidad social, presentada como “(...) el vínculo psicológico que permite la unión de la persona con su grupo” (Henry Tajfel, como se citó en Maldonado & Hernández, 2010, p. 232), lo que a su vez supone una diferenciación clara con otros grupos sociales.

Aquí es muy importante señalar el diálogo que plantean estos autores entre la construcción de identidad de los sujetos y las relaciones sociales de los mismos, de igual forma

la relevancia sobre la adhesión de los individuos a grupos sociales con los que se siente identificado a causa de las afinidades que el sujeto encuentra con los individuos de dichos grupos. Es por esto que la aceptación y pertenencia a un grupo social incidirá de forma clave en la identidad del sujeto.

Al respecto Giménez (1996), afirma que la identidad “emerge y se reafirma en la medida que se confronta con otras identidades, en el proceso de interacción social” (como se citó en Maldonado & Hernández, 2010, p. 234). Lo que sugiere que los individuos se construyen a sí mismos en un ejercicio de interrelación social con sus pares más cercanos; como por ejemplo en las primeras etapas de su vida social en las aulas de clase, al respecto Berger y Luckmann (2001), comentan que:

El niño se identifica con los otros significantes en una variedad de formas emocionales; pero sean estas cuales fueren, la internalización se produce sólo cuando se produce la identificación. [Es decir, la afinidad personal que siente el sujeto con otro]. El niño acepta los roles y actitudes de los otros significantes, o sea que los internaliza y se apropia de ellos. Y por esta identificación con los otros significantes el niño se vuelve capaz de identificarse a él mismo, de adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible. (p.1 65).

Aquí es importante reflexionar sobre la relación entre la construcción identitaria del individuo y la forma en la que este sujeto se relaciona socialmente con sus pares dentro de diversos grupos sociales, especialmente cuando estos grupos sociales son mediados por códigos culturales distintivos que giran en torno al consumo de símbolos culturales. Ahora bien, es igualmente válido reflexionar sobre el tipo de consumo se practica dentro de estos grupos

sociales, y si estas formas de consumo representan un requisito para que un sujeto sea aceptado dentro de un grupo social.

6.8. Rendimiento Académico

Con la intención de hacer un análisis conceptual amplio del rendimiento académico, se hará un recorrido a lo largo de diferentes concepciones teóricas del concepto en diferentes autores, partiendo con el aporte de Garbanzo (2007). Quien comenta que:

El rendimiento académico es la suma de diferentes y complejos factores que actúan en la persona que aprende, y ha sido definido con un valor atribuido al logro del estudiante en las tareas académicas. Se mide mediante las calificaciones obtenidas, con una valoración cuantitativa, cuyos resultados muestran las materias ganadas o perdidas, la deserción y el grado de éxito académico (Garbanzo, 2007, p. 46).

Pizarro (1985), lo define como la “Capacidad respondiente de éste [alumno] frente a estímulos educativos, susceptible de ser interpretado según sus objetivos o propósitos educativos pre-establecidos” citado por Reyes (2003, pp. 21-22).

Herán y Villarroel (1985) expresan que “(...) se puede comprender el rendimiento escolar previo como el número de veces que el alumno ha repetido uno o más cursos” (Citado por Reyes (2003, pp. 21-22).

Nováez (1986) “sostiene que el rendimiento académico es el quantum obtenido por el individuo en determinada actividad académica. El concepto de rendimiento está ligado al de aptitud, y sería el resultado de ésta, de factores volitivos, afectivos y emocionales, además de la ejercitación” (Citado por Reyes, 2003, pp. 21-22).

Chadwick (1979) lo describe como la manifestación de capacidades psicológicas que el educando desarrolla durante su proceso educativo, permitiéndole alcanzar

diferentes logros académicos al finalizar un periodo escolar. Lo que se condensa de forma cuantitativa en la mayoría de casos. (Citado por Reyes, 2003, pp. 21-22).

García León, et al (2010). Entienden al rendimiento académico como “La productividad del sujeto, el producto final de la aplicación de su esfuerzo, matizados por sus actividades, rasgos, o la percepción más o menos correcta de los cometidos” (Citado por (Baños et al, 2017, p. 41).

Dadas estas diferentes concepciones sobre el rendimiento académico, es preciso profundizar algunos de los factores que lo afectan y componen para darle una mejor interpretación, lo que también es importante para tomar distancia del factor común de dichas definiciones, los resultados y notas cuantitativas que encajan con las metodologías evaluativas de la mayoría de colegios del distrito, que, en síntesis, miden el rendimiento académico de forma cuantitativa, lo que en el contexto nacional es algo normal.

Para dar una mirada con un horizonte más amplio, vale la pena poner en consideración diferentes factores que inciden en el rendimiento académico, como los que propone Navarro (2003). En su trabajo **El rendimiento académico: Concepto investigación y desarrollo**, en el que se abre el espectro sobre los resultados escolares más allá de las calificaciones cuantitativas. Básicamente el autor de este texto discute tres factores que él considera de gran peso para poder hablar de rendimiento académico.

El primer Factor es, la motivación escolar:

(...) La motivación escolar es un proceso general por el cual se inicia y dirige una conducta hacia el logro de una meta, por tanto, de acuerdo con la perspectiva conductual, una comprensión de la motivación del estudiante comienza con un análisis cuidadoso de los incentivos y recompensas presentes en la clase (Navarro, 2003, p. 6).

Es decir, las recompensas que los estudiantes obtengan en la clase los hará interesarse y esforzarse más en sus actividades escolares. Lo que los lleva a asumir retos a fin de medir sus habilidades.

Lo cual resulta interesante si ponemos en contexto alternativas educativas como la gamificación, que consiste en plantear actividades académicas con temáticas de juego en las que los alumnos reciben recompensas de acuerdo al nivel alcanzado en dicha actividad, lo que hace que presten más atención y no abandonen los ejercicios, puesto que los sujetos se han propuesto una meta, por la que reciben alguna recompensa, como puntos extra en la clase, tal como lo propone Oliva (2017). “(...) la gamificación [tiene] una estructuración compuesta por dinámicas centradas en retos, recompensas, logros” (p. 32).

Desde esta perspectiva vale la pena poner la mirada sobre las estrategias y recursos usados en clase, bajo el contexto digital, los profesores básicamente están compitiendo con aparatos electrónicos inteligentes que ofrecen todo tipo de incentivos a los estudiantes, mientras que los profesores en algunos casos solo cuentan con libros de texto y el pizarrón. Respecto a dichos incentivos, es preciso señalar las múltiples aplicaciones de los teléfonos inteligentes, tales como, redes sociales, navegador de internet, cámara fotográfica, reproductor de música, calculadora, entre otras.

Otro aspecto a considerar es la asequibilidad de los teléfonos inteligentes en la actualidad, un ejemplo de ello aparece en el artículo del portal de noticias de la BBC del año 2014, titulado “Ya puede comprar un buen teléfono inteligente por menos de US\$50” se evidencia la facilidad que tienen las personas en la actualidad para adquirir un teléfono inteligente, lo que supone que gran parte de las aplicaciones antes mencionadas pueden llegar a las manos de los estudiantes con mayor facilidad “(...) el Nokia 220 (US\$40) y el Nokia Asha 230 (US\$60). El primero

cuenta con una pantalla de 2 pulgadas y una cámara de 2 megapíxeles, todas las aplicaciones más populares como Facebook, Twitter” (Aradas, 2014). De acuerdo con esto la probabilidad de que cualquier persona pueda comprar un teléfono inteligente es cada día mayor, sin importar a que clase socioeconómica pertenezca el comprador.

Ahora bien, no hay que olvidar las bondades de los dispositivos inteligentes, del mismo modo cómo los celulares poseen gran contenido destinado al ocio y al entretenimiento, también es posible aprovechar algunas de sus herramientas para el desarrollo de actividades académicas, el correo electrónico puede ser usado para la comunicación de los maestros con los padres de familia, y los navegadores de internet como una gran biblioteca de información para los estudiantes, además de las aplicaciones educativas existentes adaptadas para ser usadas en los celulares. El ejercicio enseñanza aprendizaje demanda identificar una serie de necesidades de los estudiantes que posiblemente pueden ser satisfechas a través del aprovechamiento del celular, lo que puede resultar de la misma forma en una estrategia para motivar a los estudiantes, tarea que no es fácil, por ende, los teléfonos inteligentes pueden resultar una dificultad más para los docentes y sus prácticas.

Además de lo mencionado anteriormente es importante prestar atención al tiempo que pasan los estudiantes en frente de las pantallas de sus celulares; un estudio realizado por la Escuela de Postgrado César Vallejo, en Perú de 2018 en la que participaron 23 alumnos pudo determinar que más del 50% de esta muestra poblacional usa el celular más de 4 horas al día “Respecto al tiempo de uso del celular en el aula, se determinó que 52.2% de los alumnos universitarios usan su celular más de 04 horas al día” (Cabanillas, 2018, p. 78). Lo que puede terminar siendo un distractor en las actividades académicas dentro y fuera de aula, tal y como argumenta Rodríguez, et al (2017) “Es necesario mencionar que muchos de estos mensajes

[referido a mensajes enviados recibidos a través de la aplicación WhatsApp] interrumpen las horas de clase y provocan que estas sean menos efectivas por ser un distractor en el aula” (p. 31), por lo que es necesario emplear estrategias pedagógicas que conduzcan al aprovechamiento del celular y al distanciamiento de prácticas que afecten de manera negativa la vida académica de los escolares.

El Autocontrol, segundo factor:

Este factor está relacionado con el “lugar donde una persona ubica los resultados obtenidos, con el éxito escolar” (Navarro, 2003). También se relaciona con la autoestima e inteligencia emocional puesto que el autocontrol es una habilidad importante para que los procesos de enseñanza aprendizaje se lleven a cabo con éxito.

En relación con el uso de teléfonos inteligentes y el autocontrol de los sujetos, puede existir un riesgo importante de la disminución o pérdida de capacidad autogobierno de los usuarios que hacen un uso excesivo del celular hasta el punto de desarrollar dependencia al celular, este trastorno patológico es conocido como nomofobia, descrita por Ponce (2011). Como una patología tecnológica moderna que produce un “miedo irracional” de los sujetos cuando por algún motivo se quedan sin teléfono, o no lo pueden usar (como se citó en Cabanillas, 2018, p. 44).

Aquí es importante resaltar el trabajo del neurocientífico Michael Desmurget, quien en su libro “La fábrica de cretinos digitales” de 2019, señala que los niños en un rango de edad de dos años usan el teléfono unas tres horas, en el rango de ocho años el tiempo aumenta a cinco horas, y en la adolescencia los sujetos pueden usar el teléfono hasta siete horas al día. Este alto uso de los teléfonos inteligentes tiene diferentes efectos sobre sus usuarios, tales como un retraso en la maduración anatómica cerebral, afectando a su vez, el lenguaje, la concentración, el sueño, la

memoria, y finalmente el rendimiento académico. De manera que es muy importante señalar dichos riesgos a los niños mediante la comunicación asertiva y estratégica para que el uso del celular no impacte de forma negativa el normal desarrollo y proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes (Hernández V. I., 2020), de lo contrario y sin fomentar un buen uso del celular los niños se vuelven susceptibles de perder su capacidad de autocontrol, afectando también su capacidad metacognitiva, factor que se relacionan fuertemente con el rendimiento académico.

Las habilidades sociales, tercer factor:

El último factor habla sobre la capacidad de los niños de relacionarse con otros, punto clave que juega un papel importante en el proceso de enseñanza aprendizaje del estudiante. Las relaciones sociales del sujeto con sus compañeros y familia le dan forma a su ambiente social, respecto a esto, Navarro (2003) afirma que el correcto desarrollo de las habilidades sociales en los niños contribuye con su desarrollo cognitivo, y funcionalidad social, y que, por el contrario, individuos con bajas capacidades sociales se muestran disfuncionales, lo que representa un riesgo para el desarrollo normal de su etapa académica, lo que puede desembocar en el abandono escolar.

Al respecto es pertinente mencionar que la capacidad social asertiva hace que los estudiantes sean más funcionales, tal y como lo expresa Hartup (1992) citado en (Navarro, 2003):

(...) Sugiere que las relaciones entre iguales contribuyen en gran medida no sólo al desarrollo cognitivo y social sino, además, a la eficacia con la cual funcionamos como adultos, asimismo postula que el mejor predictor infantil de la adaptación adulta no es el cociente de inteligencia (CI), ni las calificaciones de la escuela, ni la conducta en clase, sino la habilidad con que el niño se lleve con otros (p. 9).

Navarro también señala que, aunque las habilidades sociales afectan de manera significativa el rendimiento académico, no lo determina, dado que las malas condiciones sociales que puede afectar a un alumno, no lo exime de su responsabilidad como estudiante, ni como persona.

En este punto es importante señalar cómo afecta el uso y consumo del celular la capacidad o habilidad social de los estudiantes, los teléfonos inteligentes además de contar con diferentes cualidades, como la navegación en la internet y redes sociales, son también objeto del fenómeno de consumo simbólico. Alrededor de la adquisición de estos dispositivos se pueden tejer relaciones sociales en los que los sujetos encuentran afinidades y se pueden identificar entre sí, este fenómeno es descrito por (Maldonado & Peñaherrera, 2014) de la siguiente forma:

Además de las características propias del usuario y del teléfono celular per se, existen determinantes sociodemográficos que actúan a favor del uso excesivo de los celulares. Socialmente, sobre todo entre las personas más jóvenes, se ha llegado a considerar al teléfono celular como un indicador de estatus y bienestar económico. En muchas ocasiones es el celular el que permite a los usuarios sentirse incluidos en un círculo social determinado e influye de esta manera en la construcción de una identidad social positiva (p. 33).

Aquí es preciso agregar que, determinar factores para el rendimiento académico de los estudiantes no se limita únicamente a evaluar capacidades cognitivas o diferentes tipos de razonamiento, es necesario ampliar el espectro más allá de las calificaciones.

La motivación, autocontrol y habilidades sociales son aspectos inherentes a la vida escolar, por lo que se deben tener en consideración. Por ejemplo, si hacemos una tímida profundización sobre los factores que inciden sobre las habilidades sociales, podemos encontrar

una relación importante, el consumo simbólico de teléfonos inteligentes. Como ya lo mencionamos, en el acto del consumo, un teléfono inteligente puede ser dotado con diferentes símbolos que lo hacen atractivo cultural y socialmente.

(...) la trascendencia que tienen las representaciones mentales, los simbolismos de consumo, los rituales de consumo, las posesiones y el consumo. Todo ello visto en el marco de la sociedad de consumo actual en la que la moda, las marcas, las motivaciones, el aprendizaje y las decisiones de compra, juegan un papel fundamental en el momento de adquirir, usar o apropiarse de una marca de ropa (Morales, 2011. P. 9).

En este caso, la compra, uso y consumo del celular.

Por tal motivo sí un teléfono inteligente deja de ser visto como un producto estéril que no tiene otro objeto más que comunicarse por medio llamadas, este es resignificado simbólicamente como un sinónimo de estatus o aceptación social para quienes lo posean "(...) un estudio encontró que el consumo estatutario de productos como los teléfonos móviles están determinados por factores como el materialismo (definido como la posesión de dinero), que a su vez está vinculado al progreso y la felicidad social" (Cinjarevic y Alic, 2012, como se citó en Chávez y González, 2013, p. 29).

Por esta razón las marcas de diferentes mercancías se vuelven relevantes, aquí se destaca el mercado de celulares. La marca cobra tal importancia que el acto de consumo se concreta obedeciendo el costo y la popularidad de la marca por encima de las propiedades físicas y funcionales de la mercancía.

Ahora bien, si se plantea que un individuo es poseedor de un teléfono de última tecnología que esté a la moda, dicho objeto representa el pasaje o tiquete simbólico que demanda el grupo social con el que se siente identificado; de esta forma, a través del consumo simbólico

consigue participación social, por tal motivo, la tenencia del dispositivo móvil puede determinar si una persona es bienvenida o no en un grupo social, de esta forma se afecta la capacidad del individuo para establecer relaciones sociales, lo que implica una ruptura social con sus pares, una fractura de su habilidad social, factor clave para el rendimiento académico de los estudiantes.

De esta forma se halla que el consumo de teléfonos o cualquier otro objeto de alta relevancia social, “(...) Implica, por supuesto, superar la visión funcional inmersa tradicionalmente en los productos como la principal razón de su consumo, para aceptar y promover, el significado social como el mayor impulsor de las decisiones tomadas por los consumidores de las sociedades contemporáneas” (Morales, 2011, p. 10), para esto el aporte científico desde la investigación cobra gran relevancia, emprender caminos que conduzcan a la interpretación de esta problemática contribuye de manera significativa al entendimiento de la transformación social y educativa actual.

6.9. Redes Sociales y su relación con los teléfonos inteligentes

Como es señalado por Marañón, C. O. (2012). Los nativos digitales, nombre que se le da a esta generación, tienen un mayor dominio de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), son sujetos que tienen una pericia sobre la información digital, la cual es consumida rápidamente, sin previa revisión o reflexión, ni siquiera de la fuente o fuentes de donde la obtienen, para ellos lo importante es “navegar” así no se haga un uso consciente de la internet.

Este consumo de información digital es el gestante de una red de movimientos sociales y culturales que trascienden de la simple comunicación entre pares a través de internet Marañón (2012). Por lo que se puede señalar la constante construcción de relaciones sociales que se dan en el espacio virtual, donde se tejen diferentes códigos, señales y significados.

Los nativos digitales toman distancia de su generación anterior rápidamente, sus sujetos desconfían de la postergación de objetivos, no planean, viven en el aquí y el ahora, desean y consumen todo rápido y sin mucho esfuerzo Marañón (2012, p. 2), se relacionan con sus pares en una forma de globalización innegable, en las que las redes sociales juegan un papel muy importante, ya que estas son, los “no lugares” en los que se dan estos encuentros virtuales, por medio de chats, blogs, etc.

Hace 15 años en Colombia no se podía asociar que era una red social, de hecho, una de las más populares, Facebook apareció apenas hace 16 años, en el 2004, en Estados Unidos, hoy por hoy es muy poco común que una persona menor de 30 años no tenga algún conocimiento de que es, o que no conozca, o por lo menos use una red social, hecho que, en sí, configura una frontera social entre generaciones, donde claramente los nativos digitales son lo que mayor dominio tienen en estos espacios virtuales.

El concepto de red social se remonta a una época muy anterior a Internet e incluso a la aparición de los ordenadores personales. Hace referencia a una comunidad en la cual los individuos están conectados de alguna forma, a través de amigos, valores, relaciones de trabajo o ideas. Hoy, el término red social también se refiere a la plataforma Web en la cual la gente se conecta entre sí. Facebook, Tuenti, LinkedIn, Webkinz o MySpace eran palabras que hace quince años no significaban nada. Hoy son las más populares redes sociales. Estas herramientas tecnológicas del siglo XXI ponen en comunicación a millones de personas todos los días. Se cuentan por miles los mensajes y fotografías que pueden verse a través de estas telarañas de la Red (Marañón, 2012, p. 3).

El canal de mayor uso y de más fácil acceso a las redes sociales, son, los teléfonos inteligentes, por su acceso a internet y accesibilidad económica. Los teléfonos inteligentes son la

puerta de entrada a las redes sociales, lo que representa un reto y una serie de diversas dificultades para los profesores, quienes al pertenecer a una generación diferente tienen un dominio de los espacios virtuales y redes sociales mucho menor, esto se puede evidenciar mediante un ejemplo sencillo centrado en el lenguaje, Almansa (2012) en su estudio “Redes sociales y Jóvenes” en la que participaron adolescentes Colombianos y Españoles en un rango de edad de 10 y 12 años, pudo determinar que las relaciones sociales que se tejen en internet configuran nuevas formas de lenguaje.

En ambos países los jóvenes tienen la necesidad de estar en la red y de mostrarse en ella de la forma más original posible (...) Por ello se manifiestan con un lenguaje propio, ajeno a las normas ortográficas y gramaticales al uso. (...) es habitual ofrecer lo que hemos venido llamando texto imagen, es decir, esas imágenes creadas a partir de texto. (Almansa, 2012, p. 133).

Lo anterior supone una desventaja para los maestros frente a esa otra generación nativa digital en cuanto al dominio del lenguaje en plataformas virtuales. Lugares repletos con símbolos, imágenes, códigos con los que los sujetos se comunican e identifican entre sí. Por lo tanto, las redes sociales de todo tipo se convierten en

(...) lugares privilegiados, por ejemplo, el aprendizaje informal y para la extensión del aula más allá de sus espacios y tiempos escolares. Los usuarios han poblado las redes y las utilizan de manera natural; sin embargo, muchos educadores se ven incapaces de entender estas dinámicas y de integrar estos espacios dentro de entornos formales (Marañón, 2012, p. 3).

Por lo que darle una mirada crítica al quehacer docente frente a la realidad digital en la que se desenvuelven los estudiantes es vital, para entender sus dinámicas, signos, allí es cuando

la investigación en el aula se presenta como un requisito para interpretar estas realidades, ya que no son ajenas a las aulas y pueden ser aprovechadas en pro de los procesos de enseñanza aprendizaje que se intenta desarrollar en las aulas de clase.

Ahora bien, con la intención de dar una mirada triangular al uso de las redes sociales e internet es necesario revisar si el uso excesivo de estos espacios digitales a través de los celulares represente un posible riesgo de dependencia o adicción, al respecto Echeburúa y Corral comentan que

En algunas circunstancias, que afectan sobre todo a adolescentes, Internet y los recursos tecnológicos pueden convertirse en un fin y no en un medio. Si hay una obsesión enfermiza por adquirir la última novedad tecnológica (por ejemplo, en móviles o en soportes de música) o las TIC se transforman en el instrumento prioritario de placer, el ansia por esta última puede enmascarar necesidades más poderosas. (Echeburúa y Corral, 2010, p. 92).

De esta manera es evidente que el papel que toma el consumo y uso de teléfonos inteligentes por niños y adolescentes es un fenómeno en crecimiento, en el cual esta población es la más susceptible.

Los jóvenes son motivados desde la publicidad que reciben desde distintos medios, en los que se les presentan la gran variedad y atractivo de los teléfonos, en los que se incluyen múltiples opciones de almacenamiento, cámara fotográfica, cobertura a internet, y por supuesto el diseño del teléfono, marca distintiva de estatus, sin olvidar las múltiples aplicaciones de música, chat y redes sociales para mantenerse en contacto permanente con su círculo social.

Lo que en algunos casos puede ocasionar una decaída en los resultados académicos de los consumidores, y hasta terminar en una ciber adicción, tal y como lo propone Echeburúa & Corral (2010).

La ciberadicción se establece cuando el niño deja de verse con sus amigos (...) presta más atención a su iPhone que a su novia o el joven no rinde en los estudios porque revisa obsesivamente su correo electrónico (Echeburúa & Corral, 2010, p.92)

(...) Existen hábitos de conducta aparentemente inofensivos que, en determinadas circunstancias, pueden convertirse en adictivos e interferir gravemente en la vida cotidiana de las personas afectadas, a nivel familiar, escolar social o de salud (Echeburúa y Corral, 1994, como se citó Echeburúa & Corral, 2010, p. 92).

Al respecto Cuba (2016) comenta que uno de los padecimientos que desarrollan las personas que pasan un tiempo excesivo usando teléfonos inteligentes es la nomofobia, conocido como el miedo a quedarse sin teléfono, causando inestabilidad, irritabilidad y pérdida de concentración en los sujetos que la padecen (p. 27). Patológica que se debería revisar con lupa, puesto que la población de la que se ocupa este estudio es vulnerable a los efectos negativos antes mencionados. Consecuentemente el objeto de consumo que cobra importancia aquí es, el celular o teléfono inteligente, diferentes fenómenos positivos y negativos giran en torno a su uso y consumo, por lo que el trabajo investigativo del fenómeno se evidencia inacabado.

Resaltando que en el ejercicio analítico teórico de este trabajo se debe resaltar que no es suficiente realizar acercamientos correlacionales entre el uso del celular y el rendimiento académico de los estudiantes, dicho dispositivo debe someterse a un análisis partiendo de sus propiedades funcionales hasta sus cualidades culturales y sociales.

Lo que significa entender que los usuarios y consumidores de los teléfonos inteligentes entablan relaciones estrechas con sus dispositivos, lo cual atraviesa su vida social, académica, sentimental, laboral, e identitaria.

Ahora bien, aquí es pertinente subrayar que, así como existen factores adversos alrededor de la problemática del consumo de celulares y el tiempo que los estudiantes pasan frente a sus pantallas, surgen también oportunidades con el uso de estos dispositivos inteligentes en cuanto a los procesos de enseñanza aprendizaje de la mano de las tecnologías de la información y la comunicación TIC, dichas tecnologías se convierten en el puente directo de comunicación entre estudiantes y docentes, docentes y padres de familia y viceversa.

Por tal razón este estudio no pretende señalar de manera negativa, a las TIC, o a los teléfonos inteligentes, por el contrario, es preciso señalar su posible aprovechamiento en las aulas de clase, donde se puede convertir en una herramienta de gran utilidad, que puede incluso fortalecer los procesos de enseñanza aprendizaje.

6.10. El Celular Como Herramienta Pedagógica.

Los teléfonos inteligentes son muy versátiles, actualmente cuentan con una amplia gama de aplicaciones que buscan facilitar la vida a sus usuarios. Algunas aplicaciones a destacar son las de chat en tiempo real, calendarios, reuniones en vivo y por supuesto los navegadores de internet que permiten el acceso a una gran cantidad de información.

De hecho, dichas aplicaciones son una herramienta tan relevante que en el marco de la crisis del Covid – 19 que atravesó el desarrollo de este trabajo, fueron de vital importancia puesto que gran parte de la población estudiantil tuvo que usar los celulares como único medio para asistir de manera virtual a clases en todo el país, por lo tanto la implementación del celular

en las aulas de clase puede ser muy provechoso, escenario que ya había sido contemplado en diferentes espacios académicos de investigación tiempo antes de la crisis señalada.

Según: Organista, Salas, y Lavigne (2013) y su estudio sobre usos educativos del celular con estudiantes y docentes, el teléfono inteligente tiene un gran potencial pedagógico con un gran alcance, puesto que la mayor parte de la comunidad educativa usa los celulares.

Aquí el papel del profesor es fundamental, el tiempo en el que se prohibía el uso del celular quedó atrás, ahora el docente es quien debe encontrar la forma de integrar este dispositivo a el proceso de enseñanza aprendizaje.

Al respecto Coll (2004) argumenta que:

El docente juega un rol fundamental en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) dentro de los procesos educativos formales. (...) las TIC representan nuevas herramientas a través de las cuales se puede apoyar la entrega de contenidos educativos, la interactividad con estos, además de posibilitar nuevas formas de comunicación entre estudiantes y docentes. (Citado por García, 2014, p. 45).

Así que las TIC dejan de convertirse en herramientas opcionales, para transformarse en herramientas que deben ser implementadas en las aulas, esto, como requisito ante los cambios en las dinámicas socio educativas. Pensar en enquistar las prácticas pedagógicas en metodologías que no tengan en cuenta las TIC, puede representar un serio atraso pedagógico y descontextualización con el tipo de estudiantes de la actualidad.

Por lo que tener en cuenta el papel del celular en las aulas es más que pertinente, “(...) hallazgos muestran que el dispositivo smartphone puede funcionar como una herramienta pedagógica que ayuda al estudiante o docente en cualquier modalidad educativa” (Organista, Salas y Lavigne, 2013, p. 17).

En consecuencia, el teléfono inteligente puede ser tenido en cuenta como herramienta pedagógica en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Para que esto sea posible es necesario tener un camino metodológico. El estudio de Organista, et al. (2013) también menciona tres categorías de uso educativo de los teléfonos inteligentes, primero, el de la comunicación en tiempo real y permanente, segundo, el fácil acceso a diferentes fuentes de información a través de la conexión a internet incorporada en los celulares, y tercero, la organización posibilitada con aplicaciones de calendario y recordatorios, incluida la lista de contactos.

A lo largo de la construcción del marco teórico se abordaron tres categorías centrales que al mismo tiempo se intentaron relacionar entre sí, no obstante, en el desarrollo del ejercicio la exploración conceptual de cada una de ellas condujo diferentes subcategorías que por su importancia se incluyeron en el marco teórico, por tal razón el capítulo se extendió más de lo proyectado. Todo lo anterior supuso una dificultad para entablar un diálogo escritural sencillo, por lo que a manera de barrido general es necesario resaltar algunos puntos clave para ubicar fácilmente la relación conceptual de las categorías expuestas en este marco teórico.

La primera categoría, consumo simbólico, describe ampliamente un fenómeno en el que los sujetos compran, usan y consumen cualquier objeto y mercancía con un propósito social, lo que es posible gracias a los símbolos culturales que son impresos en dichas mercancías, ahora bien, estos símbolos son diseñados para que los consumidores construyan una imagen de sí mismos, es decir su identidad; sin embargo, es una identidad fabricada con el único propósito de encajar en algún grupo social, participar y ser aceptado. De acuerdo con lo anterior es posible resaltar una categoría clave emergente, **Social**, que aparece también dentro de la segunda categoría central de análisis, Rendimiento Académico. Dicha categoría es expuesta como en

fenómeno multifactorial que abarca diferentes factores de la vida de los estudiantes, uno de ellos las **habilidades sociales**, factor clave para el normal desarrollo cognitivo en niños, Navarro (2003). Lo que lo convierte en una pieza clave en el proceso de enseñanza aprendizaje de los menores y por su puesto sus resultados académicos.

De esta manera se plantea hipotéticamente el dialogo entre consumo simbólico y rendimiento académico, dos categorías que son atravesadas por la categoría social, o de habilidades sociales. Sumado a ello aparece en uno de los últimos apartados el tema de las redes sociales en relación con el uso de celulares.

Este tema fue abordado en el marco teórico dada la basta información hallada sobre el consumo de este tipo de aplicaciones y su impacto sobre la vida de los niños quienes son consumidores activos de dichas aplicaciones a través de los celulares, por tal razón se hizo necesario contextualizar de forma breve esta categoría. Allí sobresalen temas como la construcción de relaciones sociales de niños mediados por redes sociales y los celulares, uso excesivo de los teléfonos e internet, afectaciones a la salud de los consumidores con la aparición de nuevas patologías digitales como la mencionada nomofobia, factores de alta relevancia que pueden afectar la vida académica de los estudiantes, y pueden ser abordados como parte de futuras investigaciones.

6. Diseño Metodológico

Para el adelanto del presente trabajo investigativo se trazó una ruta metodológica con la intención de permitir un acercamiento a la construcción del conocimiento. Por lo cual se siguió una ruta específica que atraviesa el trabajo de manera secuencial, de la siguiente forma:

- Planteamiento del problema de investigación
- Definición de las categorías de análisis

- Revisión de la literatura
- Construcción del marco teórico
- Diseño y validación de instrumentos de recolección de datos
- Análisis de resultados
- Conclusiones y recomendaciones

Antes de dar comienzo a la explicación secuencial del diseño metodológico es importante señalar que este trabajo investigativo se adscribe al enfoque cualitativo en el cual se aprovechan aportes de diferentes tipos de diseño metodológico, puesto que, en las diferentes etapas mencionadas al comienzo de este capítulo, dichos marcos de abordaje, se ajustan de manera sustancial en diversas etapas del estudio. Dado lo anterior, el diseño metodológico del presente estudio es cualitativo, puesto que el marco de abordaje recoge, el diseño etnográfico y fenomenológico, además de la teoría fundamentada en diferentes etapas de su desarrollo (Hernández et al, 2014).

Lo anterior implica, el enriquecimiento metodológico para la interpretación del fenómeno de interés, en razón de integrar diferentes herramientas que permiten hacer reflexiones e interpretaciones transversales al fenómeno de estudio. Para lo cual a continuación se exponen algunos aportes de cada uno de los marcos de abordaje.

Tabla 2 Marcos metodológicos de abordaje

Pregunta de Investigación	Diseño, marco o abordaje	Información que proporciona
Preguntas sobre procesos y relaciones entre	Teoría Fundamentada	Categorías del proceso o fenómeno y sus vínculos. Teoría que

conceptos que conforman un fenómeno.		explica el proceso o fenómeno (problema de investigación).
Preguntas sobre las características, estructura y funcionamiento de un sistema social (grupo, organización, comunidad, subcultura, cultura), desde una familia, hermandad o hinchada hasta una megaciudad.	Etnográfico	Descripción y explicación de los elementos y categorías que integran al sistema social: historia y evolución, estructura (social, política, económica, etc.), interacciones, lenguaje, reglas y normas, patrones de conducta, mitos y ritos.
Preguntas sobre la esencia de las experiencias: lo que varias personas experimentan en común respecto a un fenómeno o proceso.	Fenomenológico	Experiencias comunes y distintas. Categorías que se presentan frecuentemente en las experiencias.

Fuente: (Hernández et al, 2014, p. 471).

Como se evidencia en el cuadro anterior, la teoría fundamentada sugiere correlacionar conceptos para la comprensión y explicación de fenómenos, lo que encaja de forma adecuada con la pregunta de investigación del presente trabajo, “¿Qué relación existe entre el uso y

consumo de teléfonos inteligentes y el rendimiento académico de estudiantes de primaria?”

Pregunta que tiene como objeto interpretar e intentar explicar la relación de las categorías como un fenómeno nuevo. Fin mismo de la teoría fundamentada, establecer una explicación o teoría general del fenómeno que se estudia en un contexto específico, Hernández et al. (2014). Lo que se consigue analizando y codificando los datos recogidos en este estudio mediante el método etnográfico escolar en su variante virtual; método que dentro de sus propósitos se encarga de analizar e interpretar significados de las prácticas que se llevan a cabo dentro de grupos sociales, por lo que a su vez se ocupa de estudiar categorías y patrones culturales de los sujetos y sus grupos sociales, Hernández et al., (2014).

En cuanto al diseño basado en la fenomenología, se convierte en un gran aliado dado que, este diseño “(...) describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias con un determinado fenómeno” (Hernández, 2014, p. 493). Lo que en este estudio está representado por el fenómeno del consumo simbólico de celulares, con lo que se busca comprender la construcción de identidad de los sujetos dentro de sus grupos sociales que rondan círculos de consumo.

Sumado a ello, el método etnográfico proporciona información relevante, como la descripción de diferentes elementos de las categorías que se pretenden abordar y correlacionar:

- Construcción de identidad en relación con el (Consumo simbólico)
- Habilidades sociales en relación con el (Rendimiento Académico) y a su vez relacionada con el (Consumo Simbólico)
- Mal uso del celular en relación con el (Rendimiento académico)

Categorías que fueron abordadas en el marco teórico y expuestas en el modelo de vertebración.

El planteamiento del problema, primer paso en el cual se esboza un interrogante inicial sobre una problemática que el investigador quiera abordar, para ello se debe hacer un acercamiento conceptual para conocer a fondo el fenómeno que se quiere abordar Hernández, Fernández y Baptista, (2014).

Su planteamiento desde el enfoque cualitativo normalmente debe tener en cuenta:

- Propósito y/o los objetivos
- Las preguntas de investigación
- La justificación y la viabilidad
- Una exploración de las deficiencias en el conocimiento del problema
- La definición inicial del ambiente o contexto (Hernández et al, 2014, p. 358).

En este caso particular, las ideas de estudio se gestaron dentro del ejercicio práctico pedagógico que hace parte del plan de estudios de la UAN.

Tal planteamiento empieza a germinar como resultado de la observación del uso indiscriminado de teléfonos inteligentes por parte de estudiantes del Liceo Femenino Mercedes Nariño, lugar donde se llevó a cabo este primer encuentro académico, durante el primer semestre del año 2020.

Las categorías de análisis se establecieron a partir del diálogo propuesto entre:

Rendimiento académico, Uso y consumo del Celular, y Desarrollo de habilidades sociales.

Por lo que se llevó a cabo un análisis exhaustivo con la intención de determinar la forma en la que dichas categorías se relacionan entre sí, para posteriormente extraer evidencias teóricas sobre el impacto de dicha relación sobre el proceso de enseñanza aprendizaje de los sujetos de estudio, haciendo hincapié en el rendimiento académico, como factor en el cual se cataliza tal relación.

Sumado a ello, mediante el dialogo conceptual correlacional de las categorías (Rendimiento académico, desarrollo de habilidades sociales, uso y consumo del celular), se pretendió problematizar el uso del celular como un posible factor que puede incidir o afectar de alguna forma el rendimiento académico de los sujetos de estudio, además de analizar un posible aprovechamiento del celular como herramienta pedagógica en el aula.

Como parte integral del diseño metodológico se diseñaron los instrumentos de recolección de información. Para este caso fueron, en primer lugar, taller didáctico, seguido de la entrevista semiestructurada, grupo focal y finalmente escala Likert.

Estos instrumentos pasaron por su debida validación, en este caso validados con visto bueno por dos expertos para su posterior implementación con la muestra poblacional; para la sistematización de datos, este estudio pretende hacer uso de la herramienta Atlas ti, software especializado en el análisis de datos cualitativo, muy adecuado para ese trabajo, a razón de ser un software especializado en el análisis de datos cualitativos, lo que encaja con el enfoque y método del presente trabajo investigativo.

Una vez se procesen los datos se dará paso a las conclusiones, lo que representará el alcance de los objetivos propuestos, para finalmente realizar las recomendaciones pertinentes.

7.1. Enfoque

La metodología de este trabajo de investigación se adscribe al enfoque cualitativo, el cual está enmarcado por el razonamiento inductivo; que busca llegar a premisas generales partiendo desde premisas particulares.

Este enfoque, toma en cuenta significaciones subjetivas para interpretar diversos fenómenos dentro de un contexto. Malagón, et al. (2014). Lo cual es altamente relevante

teniendo en cuenta las categorías de análisis; dentro de un contexto tan diverso como el del Liceo Mercedes Nariño, donde se mantienen prácticas pedagógicas tradicionales por parte de los docentes más antiguos de la institución, quienes aún hacen uso del tablero como principal recurso didáctico.

Contexto donde también aparecen docentes que aprovechan algunos recursos digitales, tales como los ordenadores de escritorio, y plataformas digitales, que se hicieron de uso obligado por la virtualidad a causa de la crisis por el Covid – 19.

El alcance de este trabajo pretende ser correlacional y, explicativo; puesto que el presente estudio tiene como objeto principalmente explicar cómo se relacionan las categorías de análisis, tal como lo sugiere Hernández, et al (2014) el primero "(. . .) tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular" y el segundo "se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables" (pp. 92-95).

El enfoque cualitativo toma en cuenta a escala humana diferentes fenómenos tales como la interacción social de los estudiantes en las aulas de clase, el desarrollo de su personalidad; lo que se manifiesta a través de sus preferencias, gustos, actitudes. En suma, el aula de clase es uno de los escenarios en los que los sujetos moldean su identidad a partir de los significados culturales y sociales que allí se encuentran. Por tanto, el enfoque cualitativo es crucial para este estudio, así como lo menciona Martínez (2007)

(...) ya que esta metodología enfatiza la importancia del contexto, la función y el significado de los actos humanos. Este enfoque estima la importancia de la realidad, tal y como es vivida por el hombre, sus ideas, sentimientos y motivaciones; intenta identificar,

analizar, interpretar y comprender la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones (Martínez, 2007, p. 50)

Así que un enfoque de corte cualitativo encaja adecuadamente en este estudio, pretendiendo abordar las realidades vividas en las aulas de clase, correlacionando los fenómenos que allí se suscitan, todo en el mismo contexto, permitiendo realizar reflexiones constructivas para el trabajo pedagógico de nuestro tiempo.

7.2. Método: Etnografía Virtual

De acuerdo con el enfoque cualitativo propuesto para el marco metodológico se requiere un método de investigación acorde para que se pueda entablar un diálogo que ponga en consideración la diversidad de la población, sus características y además centre su atención en la realidad social de estos sujetos. De acuerdo con lo anterior, la presente investigación hará uso del método etnográfico en educación, en su variante, etnografía virtual, con el cual se pretende hacer un análisis profundo en ese contexto, es decir la escuela y todos sus participantes, (educandos y educadores).

La etnografía escolar es un método descriptivo de la cultura escolar dentro de un grupo social específico, se ocupa de desarrollar estudios para la descripción de los principales rasgos de la cultura dentro de los espacios académicos, como por ejemplo centro educativos (Álvarez, 2011, p. 268).

En el método etnográfico el investigador se caracteriza por participar de manera encubierta en el desarrollo de las actividades cotidianas del grupo de estudio, allí realiza ejercicios de observación, escucha, interacción por medio de preguntas, en busca de información que pueda ser útil para su tema de investigación (Álvarez, 2011, p. 268). Las estrategias que usa

este método para recoger la información son, la observación participante y no participante, lo que permite obtener datos empíricos fiables. Este método de investigación tiene un carácter holista, puesto que

(...) pretende construir descripciones de fenómenos globales en sus diversos contextos y determinar, a partir de ellas, las complejas conexiones de causas y consecuencias que afectan el comportamiento y las creencias en relación con dichos fenómenos (Álvarez, 2011, p. 268).

Puesto que el desarrollo metodológico de este estudio se da en medio de la coyuntura global causada por el COVID – 19, no fue posible realizar observación participativa, en cambio se recurrió a estrategias etnográficas alternativas. En medio de los cambios globales resultado de los avances tecnológicos en comunicación conocidas como TIC, la etnografía se ha tenido que adaptar para seguir operando a favor de la investigación científica y en el campo educativo, una de estas adaptaciones aparece como la etnografía en su variante virtual, tal como lo expresa (Meneses y Cardozo, 2014) en su estudio “La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura”, estudio que realiza un ejercicio reflexivo en torno a la cibercultura, la cual es descrita como (...) “la sociedad de la información, y los objetos de estudio que se ubican en escenarios virtuales” (Meneses & Cardozo, 2014, p. 94). En este sentido (...) “la etnografía en escenarios digitales conserva los rasgos metodológicos de la etnografía convencional, es decir, puede hacerse etnografía de colectivos mediados por las tecnologías digitales como Internet usando técnicas tradicionales básicas” (Meneses y Cardozo, 2014, p. 94). Sin embargo, esto no es una tarea sencilla, ya que la metodología etnográfica debe ser adaptada al contexto virtual, dada su gran diferencia con los escenarios en los cuales el ejercicio se hace tradicionalmente in situ, por lo que se tiene que (...) “repensar y reelaborar muchos de los

conceptos metodológicos” (Meneses y Cardozo, 2014, p. 94) de la etnografía escolar tradicional. Por tal razón los instrumentos de recolección de información tuvieron que ser adaptados para ser aplicados en el marco de la virtualidad, lo que implicó que el análisis de datos del presente trabajo tuviera que usar herramientas digitales tales como Google Forms, dada su versatilidad para recoger información tomada de diferentes herramientas tales como entrevistas semiestructuradas y escala tipo Likert, propuestas para el desarrollo de este trabajo.

En consecuencia, algunas partes del análisis de datos será presentado mediante graficas creadas con ayuda de la herramienta Google Forms en un lenguaje numérico, no obstante, el espíritu de este trabajo se adscribe al enfoque cualitativo, lo que se refleja en el método utilizado y el software de análisis de datos que se plantea para la presente investigación, Atlas ti. Puesto que este software ”(...) apoya mejor los enfoques de investigación interpretativa e inductiva como la teoría fundamentada, la hermenéutica, el análisis del discurso, la sociología del conocimiento o la fenomenología” (ATLAS.ti, s.f.).

Para el desarrollo de esta tarea se exponen la capacidad adaptativa de la etnografía para la investigación en espacios virtuales, en lo que se describe, como “estudios SSTC” socio técnico culturales en donde se interpreta a la ciencia y la tecnología como un sistema. (...) Estos estudios realizan un análisis sobre las interacciones de los sujetos y los artefactos técnicos dentro de sistemas particulares (Meneses Y Cardozo, 2014, P. 97), es decir, se hace un análisis sobre la interacción social de las personas dentro de espacios virtuales que están mediadas por dispositivos electrónicos, al lado de ello “es necesario replantear el campo de estudio. Si la cultura y la comunidad no son productos directos de un lugar físico, entonces la etnografía tampoco tiene por qué serlo” (Hine, 2004, p. 81).

En este punto es importante resaltar el pensamiento de Christine Hine (2004) quien propone en su libro “Etnografía Virtual”:

(...) “la etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de Internet: en vez de ser inherentemente sensible, el universo WWW adquiere su sensibilidad en su uso. El estatus de la Red como lugar de establecimiento de comunidades, pervive a través de los usos, interpretados y reinterpretados, que se hacen de ella. (p. 80).

Este es el espacio que ocupa a la etnografía virtual, por lo que las aulas de clase propuestas desde plataformas virtuales como Google Meet” o “Microsoft Teams son evidentemente ejemplos reales, así pues, la etnografía virtual se convierte en una metodología pertinente para este estudio, teniendo en cuenta que al implementarlo es posible “comprender mejor los fenómenos culturales propios de la complejidad que plantean las relaciones generadas por las tecnologías de la información y la comunicación” (Hine, 2004, como se citó en Tania y Jhon, 2014, p. 97). Puede agregarse que el papel de las tecnologías digitales y la transformación social que supone su implementación en los contextos escolares se presentan como una oportunidad para realizar análisis más ricos, e integradores de las nuevas realidades, tal como lo dice Hine (2004).

Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que los informantes aparezcan dentro de la etnografía y a la vez, que estén ausentes. Del mismo modo, el etnógrafo puede estar ausente o presente junto a sus informantes. La tecnología facilita que estas relaciones puedan desplazarse o sostenerse a través de diferentes divisiones espaciales y temporales. Todas las formas de interacción son etnográficamente válidas, no sólo las que implican una relación cara a cara, (p. 82).

De esta manera el presente ejercicio metodológico pretende hacer uso de la etnografía virtual en entornos educativos como los que se dieron para la práctica docente desarrollada en el marco de la pandemia.

7.3. Técnica: Observación

La observación puede ser el primer paso de la recolección de datos del proceso investigativo, esta es una técnica que el investigador tiene que perfeccionar, ya que el observar implica un arduo trabajo sistemático que va más allá de la simple acción de ver o mirar situaciones, “la observación investigativa no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos” (Sampieri, 2014, p. 399), y se debe hacer con propósitos específicos, respondiendo algunos interrogantes, como lo plantea Sampieri (2014), primero, ¿A quién se va observar?, segundo, ¿Cómo observar?, tercero ¿Observar que? O bien ¿para qué observar? Por consiguiente, intentaremos dar respuesta a estas preguntas apoyándonos Hernández (2014) y Universidad de la Salle (2015).

Algunos ejemplos que responden ¿Observar qué? O ¿para qué observar:

- Los fenómenos que acontecen al maestro en el aula de clase en su práctica pedagógica, con el propósito de recoger los datos relacionados (...) con el tema de interés (Universidad de la Salle, 2015, p. 136).
- “Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden con el paso del tiempo y los patrones que la generan” (Eddy, 2008; Patton, 2002; y Grinnell, 1997, como se citó en Hernández et al, 2014, p. 399)
- “Identificar problemas sociales” (Daymon, 2010, como se citó en Hernández et al, 2014, p. 399)

Atendiendo a la pregunta ¿A quién se va a observar?:

- A Maestros y alumnos del Liceo Femenino Mercedes Nariño de la jornada primaria.

Finalmente llegamos al último cuestionamiento ¿Cómo observar?:

Mediante algunos formatos de observación sugeridos por Hernández et al, (2014), este autor expone que se puede hacer simple uso de papel cuando se inicia el proceso, “A veces puede ser tan simple como una hoja dividida en dos: de un lado se registran las anotaciones descriptivas de la observación y del otro las interpretativas” (Cuevas, 2009, como se citó en Hernández et al, 2014, p. 401), y a medida que se avanza en el ejercicio se pueden (...) “ir generando listados de elementos que no podemos dejar fuera y unidades que deben analizarse” (Hernández et al, 2014, p.401), esto hará que la observación se enfoque en los datos más relevantes conforme a los objetivos del estudio, sobre la puesta en marcha el investigador deberá identificar qué situaciones le son más útiles y que otras formas de recolección y otros formatos puede utilizar para su ejercicio (Hernández et al, 2014, p. 401).

El papel que toma el investigador en el desarrollo del ejercicio de observación puede darse de diferentes formas de acuerdo al nivel de participación que se quiera hacer. Los papeles del observador son: “No participación” para el caso en el cual solo se vean grabaciones de la muestra, “Participación pasiva” en el que el observador está presente pero no interviene, “Participación moderada” en la que se participa sólo en algunas situaciones, “Participación activa” que consiste en participar en la mayoría de las actividades sin dejar el rol de observador, “Participación completa” donde el observador se mezcla con los sujetos de estudio convirtiéndose en un participante más (Hernández et al, 2014, p. 403).

Dado el contexto en el cual se desarrolla este trabajo investigativo, en el que todos los encuentros del investigador se hacen de manera virtual, atendiendo a las medidas de

bioseguridad para prevenir contagios de Covid – 19, el papel del observador será la “Participación moderada”, puesto que a pesar de la imposibilidad de estar presente en el aula de clase, el observador mantiene comunicación directa con los estudiantes y maestros del Liceo Femenino mediante las plataformas virtuales que se usan como lugar virtual, para el desarrollo de las clases.

Gracias al contacto que se da dentro del contexto educativo se obtiene acceso a información de primera mano permitiendo al docente investigador realizar una descripción detallada de los hechos. la recolección de datos es más precisa y objetiva, pensada en resolver los objetivos planteados

De esta manera durante el ejercicio práctico que se llevó a cabo en tres etapas, cada una de estas se desarrolló durante las prácticas I II y III que hacen parte del programa de estudios de la licenciatura en la UAN. En la primera etapa la observación fue in situ durante el primer semestre del año 2020, en los meses de marzo y abril respectivamente. En ese periodo se dieron los primeros indicios que condujeron al planteamiento del problema de investigación, la primera observación relevante fue el uso de teléfonos inteligentes por parte de las estudiantes de la institución educativa, esta situación se pudo observar en todos los espacios del centro educativo, es decir, pasillos, salones y áreas comunes como patios, demás espacios deportivos y cafetería.

Otro dato relevante que se hizo evidente mediante la observación fue el hecho de que ese uso de los dispositivos móviles estaba presente con mayor fuerza desde los grados tercero a quinto grado de primaria.

Lamentablemente la primera etapa de observación fue interrumpida por la emergencia sanitaria causada por el virus Covid – 19, por lo que las clases presenciales fueron detenidas abruptamente, en ese momento hubo un periodo de inactividad académica puesto que la mayoría

de instituciones educativas no estaban preparadas para atender a la población estudiantil de forma no presencial.

Algo que vale la pena resaltar es la forma en la que se continuo hasta finalizar esta etapa. Dado que la institución no contaba con ninguna plataforma virtual para retomar actividades los profesores de la institución optaron por establecer comunicación con las estudiantes a través del correo electrónico de los padres de familia, medio por el cual se enviaba material didáctico diseñado para dar continuidad a los programas curriculares, dicha estrategia no tuvo los resultados esperados puesto que algunos padres de familia no contaban con correos electrónicos activos, o simplemente no estaban familiarizados con su uso, adicional algunos padres de familia solo podían comunicarse a través de sus teléfonos móviles a razón de la carencia de ordenadores en sus hogares, en consecuencia las estudiantes comenzaron a hacer un uso mas frecuente de los teléfonos para el desarrollo de actividades académicas.

Durante la segunda etapa que tuvo lugar en el segundo semestre del año 2020 durante los meses agosto y septiembre se dio comienzo a la etapa de observación desde la virtualidad, en ese periodo se desarrollaron diferentes actividades concernientes a la malla curricular de las estudiantes, a lo largo de las diferentes sesiones se pudo observar como algunas estudiantes utilizaban los celulares en diferentes actividades incluidas las académicas, además en el ejercicio de observación se hizo evidente que las estudiantes tenían que usar sus teléfonos inteligentes como único medio de conexión, lo que se pudo determinar debido a que algunas veces la conexión no era estable y la profesora encargada preguntaba sobre las posibles causas de las interrupciones, a lo que las estudiantes mencionaban problemas con la internet o la señal de los celulares.

La tercera etapa se desarrolló en el marco de la virtualidad, no obstante, este periodo fue destinado para recoger aplicar los instrumentos de recolección de datos proyectados en la metodología, lo cual será expuesto a detalle en la descripción de cada instrumento, su validación y aplicación.

7.4. Diseño y Validación de Instrumentos

La recopilación de datos es parte fundamental del ejercicio investigativo, por lo que la selección y diseño de instrumentos pertinentes con el enfoque de investigación se convierte en un paso esencial que contribuye con el alcance de los objetivos propuestos en la investigación. Por otra parte y de acuerdo con el método de investigación elegido se hace necesario hacer uso de instrumentos que permitan recoger datos de manera natural, en el entorno de los estudiantes, sin que se haga intromisión que afecte la cotidianidad e interacciones sociales de los sujetos de estudio, así mismo, dichos instrumentos deben conducir al profesor investigador hacia el análisis profundo de los fenómenos que tienen lugar en el aula de clase, por ende se diseñaron cuatro instrumentos para el desarrollo metodológico de la presente investigación presentados a continuación:

- Taller Didáctico
- Entrevista Semiestructurada
- Grupo Focal
- Escala Likert

Cada uno de estos instrumentos paso por su respectiva validación hecha por dos pares expertos, lo que se explica a detalle en los siguientes párrafos

Una vez finalizado el proceso de diseño de instrumentos, se dio paso a la etapa de validación, proceso en el que se determina si el instrumento cumple o no, con las mediciones

pertinentes que se establecen en los objetivos de las mismas, es decir, su grado de validez; además es un proceso constante, que implica diferentes pruebas empíricas (Soriano, 2014, p. 6).

El uso de instrumentos de validación y la participación de expertos fue muy importante en esta fase metodológica, dado que los expertos son “personas cuya especialización, experiencia profesional, académica o investigativa relacionada al tema de la investigación, les permite valorar, de contenido y de forma, cada uno de los ítems incluidos en la herramienta” (Soriano, 2014, p. 7).

Para tales efectos los instrumentos fueron evaluados con un formato tomado de las bases de datos de la Universidad Antonio Nariño, por dos expertos, quienes fueron contactados con ayuda de la asesora de práctica, Andrea Mahecha. El formato usado para la validación fue una adaptación del diseño realizado por Angelica Aguillón Lombana; tal adaptación se hizo acorde al instrumento elaborado para los fines del presente trabajo que se relaciona en el anexo número X.

Los expertos evaluadores fueron, el profesor Edwin Cruz, quien también es profesor en la UAN, y el Profesor Nelson Enrique Moreno Bogotá. En general los resultados de la validación fueron positivos, los cuatro instrumentos fueron validados con diferentes ajustes por ambos pares evaluadores. Los reportes de evaluación fueron entregados entre el 10 y 13 de noviembre de 2020. En la siguiente parte se hará un resumen detallando el proceso de validación de cada instrumento de recolección de datos.

Taller didáctico, este instrumento tuvo como objetivo presentar de manera introductoria el tema de las TIC en educación, que incluye el uso del teléfono inteligente, de esta manera conocer las primeras nociones de las estudiantes sobre diferentes actividades que pueden llevarse a cabo con el celular, frente al documento los pares evaluadores hicieron algunas recomendaciones en cuanto a la forma escritural de la introducción con el objeto clarificar el

objetivo del instrumento, su valoración cualitativa fue de 4 sobre 5 y de 3 sobre 5, sin embargo, se realizaron todas las correcciones y se atendieron las recomendaciones al guion para poner en práctica el instrumento.

El siguiente instrumento, entrevista semiestructurada recibió una calificación de 3 sobre 5 y 4 sobre 5, allí se resaltaron recomendaciones como “El tiempo parece poco para todas las preguntas” “Considerar si estas preguntas llevan al logro de objetivos de la entrevista” además se sugiere replantear la pregunta sobre la importancia de los celulares, por otro lado, aparecieron comentarios positivos sobre la pertinencia de algunas preguntas, y la claridad del fin académico del ejercicio. Dichas recomendaciones fueron atendidas en el momento de la recolección de datos, sobre todo en la omisión de algunas preguntas menos relevantes que aparecen en el tema referente a la construcción de identidad, de esta forma se reorganizó el guion para la entrevista para que fuera menos extenso como se mostraba en el guion inicial presentado para la validación. El objetivo de la entrevista fue conocer qué tipo de significado tiene la posesión de celulares para las estudiantes, además de identificar si el uso de estos dispositivos se relaciona de alguna forma con el desarrollo de las actividades académicas, y por último determinar si dichas significaciones inciden de alguna manera con la construcción de identidad de las participantes.

El instrumento Grupo Focal tuvo como objetivo discutir las percepciones de los profesores de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño acerca del uso de los teléfonos inteligentes por sus estudiantes y su relación con su desempeño académico. Este instrumento

recibió una valoración de 5 sobre 5 en la primera valoración, en la segunda la valoración fue de 4 sobre cinco, con lo que se obtuvo un concepto favorable, no obstante, es importante señalar recomendaciones hechas por los pares evaluadores tales como, especificar el número de participantes en el guion puesto que los grupos focales pueden variar en la cantidad de

participantes según el tipo de información que se quiera obtener, por ejemplo cuando la información es referente a temas emocionales o temas complejos los grupos son de tres o cinco participantes, y cuando se trata de temas cotidianos el grupo puede crecer hasta diez participantes, también se resalta que la recomendación general es manejar grupos con máximo doce personas. Dicha recomendación fue tenida en cuenta en la proyección del instrumento, sin embargo, como este instrumento finalmente no fue aplicado se deja la recomendación que puede ser útil para los lectores.

Finalmente, para el instrumento escala Likert el objetivo perseguido fue identificar las actitudes de los profesores del Liceo Femenino Mercedes Nariño frente al uso de teléfonos inteligentes en las aulas de clase. El concepto valorativo para dicho instrumento fue de 4 sobre 5 en ambas evaluaciones, algunas de las recomendaciones que se hicieron fueron por ejemplo evitar la identificación personal de los participantes para evitar cohibiciones en las respuestas, enfocar preguntas sobre la categoría de rendimiento académico más que en la construcción de identidad, además se recomendó reformular una de las afirmaciones donde se indicaba una posible afectación negativa del uso del celular sobre el rendimiento académico pero debía tomarse en cuenta que tal afectación también puede ser positiva. Otra recomendación valiosa fue la de incluir en el formulario la escolaridad de los participantes con el fin de obtener un nivel mayor de argumentación en las respuestas. Estas recomendaciones fueron tenidas en cuenta y corregidas en un nuevo guion que se adaptó a través de un formulario Google por el cual se aplicó el instrumento de recolección de datos.

A continuación, se presenta de forma detallada y conceptual cada instrumento de recolección de datos, y su proceso de aplicación en campo.

7.5. Taller Didáctico

Como primer instrumento para la recolección de datos se propuso un taller didáctico, formato que tuvo como objetivo recoger datos relevantes que conducirían a el establecimiento correlacional entre el rendimiento académico y el uso y consumo del celular, para ello se propone una estructura metodológica que parte con la presentación de conceptos generales e históricos del uso de las TIC, para posteriormente abordar el tema de los teléfonos inteligentes, de tal forma que no se aborde dicho fenómeno en crudo, sino se plantee a través de un ejercicio pedagógico de una forma más flexible y llamativa, buscando despertar el interés en las estudiantes y así facilitar la comprensión de las preguntas propuestas como actividades dentro del mismo taller, así como también el posterior desarrollo de la entrevista semiestructurada.

A pesar de que el formato de Taller no es convencional en el ejercicio investigativo, si lo fue en el desarrollo de las actividades cotidianas de las estudiantes, dado que en el marco de la emergencia causada por el Covid – 19 todo el material didáctico propuesto en el currículo tuvo que ser adaptado en forma de guías o talleres, para luego ser publicado a través de la plataforma edupage, para así dar acceso a todas las estudiantes.

Dado lo anterior, la implementación de un taller didáctico propuesto como instrumento de recolección de información representó una manera sencilla y efectiva de presentar conceptualmente de forma introductoria las TIC a las estudiantes, como parte de la introducción al tema del uso del celular en la escuela, antes de realizar la entrevista semiestructurada, segunda herramienta de recolección de datos de este estudio.

Dentro del taller se pretendió presentar de forma implícita la categoría del uso de los teléfonos inteligentes a las estudiantes que hacían parte de la población de estudio. El uso del taller didáctico como instrumento de recolección de datos es valioso y pertinente, en él se

recogen diferentes elementos pedagógicos de gran importancia para el proceso metodológico del presente trabajo, tal como lo expresa María González (1994) quien sostiene que:

El taller como tiempo espacio favorece la vivencia, la reflexión y la conceptualización; como síntesis del pensar, el sentir y el hacer. Como el lugar para la participación y el aprendizaje, porque es a través del taller que el interjuego de los participantes con la tarea, confluyen pensamiento, sentimiento y acción. Entonces el taller puede convertirse en el lugar del vínculo, la participación, la comunicación y, por ende, lugar de producción social de objetos, hechos y conocimientos (como se citó en Chablé, 2009, p. 89-90).

El taller didáctico se desarrolló en el espacio de una hora en clase de ciencias sociales en quinto de primaria, dicha actividad consistió en introducir en el tema de interés a los entrevistados, en este caso se diseñó un taller que habla de la historia de los teléfonos inteligentes, su evolución y demás generalidades de estas tecnologías, en el avance del ejercicio se evita hablar sobre el abuso en el uso de teléfonos y algunos problemas relacionados con este, con el fin de no inducir respuestas en la posterior entrevista.

La elaboración de este material fue autónoma en su diseño, y en la parte conceptual apoyada en fuentes académicas serias. Su estructura se compone en primer lugar de la parte introductoria, en la que se presenta y explica la temática que se pretende seguir, seguido de las actividades a desarrollar.

El tema central fueron las TIC, en educación, con la intención abordar el tema sobre el uso de los teléfonos inteligentes de forma indirecta, preparando el tema central para la entrevista que sería desarrollada posteriormente. Dentro de las actividades se aborda de manera histórica y conceptual las TIC, es decir, qué son, y el proceso por el cual aparecieron de manera global,

hasta relacionarse con los procesos educativos, a través de un video ilustrativo. Seguido de una socialización con las estudiantes, cubriendo con esto, la primera y segunda parte del ejercicio.

Para iniciar el proceso de aplicación de este instrumento, se hizo un acercamiento previo en la institución educativa, donde se realizó el ejercicio de práctica docente investigativa en los dos semestres anteriores, el Liceo Femenino Mercedes Nariño, Gracias a dicho acercamiento, la maestra tutora abrió el espacio para la realización del **taller didáctico** tal como se tenía proyectado en el diseño de los instrumentos de recolección de datos. Para este primer ejercicio se contó con la participación de 32 estudiantes de quinto grado de primaria. Dadas las circunstancias de virtualidad por la contingencia de salud ocasionada por el Covid -19, el encuentro se hizo a través de la plataforma Microsoft Teams. Para la última parte se propuso un cuestionario simple, en el cual se hace una primera aproximación al uso de los teléfonos inteligentes, y preferencias simbólicas de los mismos, dicho cuestionario fue adaptado a través de la herramienta Google Forms, con el propósito de obtener una mayor cantidad de datos aprovechando la facilidad de acceso para las estudiantes quienes ya tenían conocimientos previos de como participar en este tipo de formularios, en este ejercicio se contó con la participación activa de 32 estudiantes, tanto en el formulario como en el desarrollo del taller en clase.

Figura 3 Taller Didáctico

UAN
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE COLOMBIA

Lina Francisca Morales Sardi
Taller de Ciudad Social para grado Cuatro
Nombre: _____
Fecha: _____

INTRODUCCIÓN A LAS TIC

El Liceo Mercedes Mariño siguiendo el plan de educación en casa, debido a la emergencia global de salud por el (COVID-19), ha preparado este material didáctico para garantizar la continuidad en los procesos de orden académico de los estudiantes.

Objetivo:
El desarrollo de este taller tiene como objetivo obtener datos que puedan indicar la relación entre el rendimiento académico y el consumo simbólico de celulares

Tiempo:
Primera parte: 10min
Segunda Parte: 20min
Tercera Parte: 25min

ACTIVIDADES:
Primera parte:
Observa el video con atención y responde las siguientes preguntas:

1. ¿Qué son las TIC?

2. ¿Qué tienen que ver con las actividades académicas?

La Internet y la Educación:

Segunda parte:

LAS TIC:
Las llamadas TIC, son una sigla que hace referencia a las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Son todos los recursos o herramientas que se usan para el intercambio de información, este intercambio se hace por medio de elementos tecnológicos, como: Computadores, Teléfonos Inteligentes o Celulares, Televisores Inteligentes, Tabletas, entre otros.

¿Qué información?

- Noticias
- Contenidos Educativos
- Comercio
- De Comunicación como Chats, Llamadas en línea
- De ocio como el caso de las Redes sociales
- Artísticos; por ejemplo, contenido musical o de video

Características:
Las tecnologías TIC son de fácil uso lo que permite el intercambio de información, con el uso de internet los usuarios pueden enviar y recibir mensajes instantáneamente desde cualquier lugar del mundo, también son de gran utilidad, ya que facilitan diferentes actividades y se adaptan, como por ejemplo la calculadora o cámara fotográfica integrada en los teléfonos.

Su principal función es facilitar el acceso a la información rápidamente, a cualquier usuario de las TIC, es decir a cualquier persona que tenga acceso a Internet a través de alguna de las tecnologías ya mencionadas, los usuarios pueden descargar contenidos como libros, películas, música, entre otros.

Algunos de sus beneficios son:

- Permite el desarrollo de la salud y educación
- Amplía la cobertura educativa
- Permite el comercio virtual!

Todas estas características y puntos fuertes han posicionado a las TIC como uno de los pilares básicos para la sociedad moderna.

Tercera parte:
De acuerdo con lo aprendido responde esta pequeña encuesta, recuerda que no hay respuestas correctas o erróneas, lo que importa es lo que piensas.

1. ¿Qué es lo que más te gusta de las TIC? Es decir, de los teléfonos, TV inteligentes, Computadores, y dispositivos similares. ¿Cuál es tu dispositivo favorito? y ¿por qué?
2. ¿Cuál es tu App preferida?
3. ¿Cuál es tu dispositivo favorito? y ¿por qué?
4. ¿Cuál es tu actividad favorita en Internet? (Ejemplo, me gusta ver videos en YouTube)
5. ¿Qué medio te gusta más para comunicarte con tus amigos y amigos?

REFERENCIAS:
¿Qué son las TIC y para qué sirven. (2019). Universidad Latina de Costa Rica. <https://latina.ac.cr/blog/que-son-las-tic-y-para-que-sirven>

Edulic. (2014, 21 octubre). *Edulic: La importancia de las TICs en la educación*. YouTube.

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4 Formulario Google taller tic

TICS CUARTO GRADO

¿Cuál es tu dispositivo favorito? y ¿por qué?

31 respuestas

Mensaje para los encuestados
Ya no se aceptan respuestas en este formulario

Usuarios que han respondido

Enviar por correo

- dama.bareto442@educacionbogota.edu.co
- luisapulido53@gmail.com
- sharonprieto555@gmail.com
- gabriela.rojas243@educacionbogota.edu.co
- mendozavalentina49@gmail.com
- valentina.duarte992@educacionbogota.edu.co
- marifermandamontanaojas@gmail.com

Fuente: Elaboración propia.

7.6. Grupo Focal

Antes de iniciar con la descripción general de este instrumento de recolección de datos es importante resaltar que dicho instrumento tuvo la misma planeación que los demás instrumentos proyectados en este trabajo, sin embargo, su aplicación no fue posible por la imposibilidad de los participantes para coincidir en un mismo horario; el guion de este

instrumento fue diseñado para la participación de profesores de primaria de la institución educativa donde se llevó a cabo este trabajo. Al no implementarse este instrumento lo normal era retirarlo completamente del documento, sin embargo, es importante rescatar la experiencia para que la planificación en futuros trabajos permita implementar estrategias que se adapten al contexto de la virtualidad académica, situación que fue determinante para el desarrollo metodológico del presente trabajo. Una posible solución podría ser la apertura de un canal de comunicación entre las instituciones educativas donde se adelantan trabajos investigativos y las universidades con el fin de resaltar la importancia que tiene el apoyo de profesores y administrativos de los colegios para el éxito de las investigaciones pedagógicas.


Ahora bien, para entrar en materia conceptual sobre este instrumento es valioso resaltar que su uso se convierte en (...) “un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos” (Hamui & Varela, 2012, p. 56). Lo que es de gran valor para este estudio. Desde la visión de (Briones, 1982, como se citó en Arias, 2015, p. 134) el grupo focal “Es una técnica de recolección de datos que permite obtener información acerca de la opinión, conceptos, percepciones e ideas de los participantes, en torno a un tema particular” El grupo focal se caracteriza por realizar entrevistas grupales, en el cual los participantes comparten opiniones sobre un tema específico en el cual el objetivo se centra en el diálogo de los entrevistados, allí la comunicación es muy importante. El grupo focal normalmente está compuesto por seis o diez personas, y se desarrolla en un ambiente cómodo con buena iluminación para facilitar el diálogo participativo de los entrevistados (Universidad de la Salle, 2015, p. 134), sumado a esto contar con una grabadora de audio o video para tener un registro de la interacción del grupo focal y eliminar distractores y ruido que puedan llamar la atención de los participantes

también es importante (Hamui y Varela, 2012, p. 57). Lo que también tiene un segundo propósito, y es hacer una recolección de datos fiable.

Para la selección de los participantes se tuvieron en cuenta ciertos elementos que dependen enteramente del objeto de estudio, por lo que los involucrados deben tener un perfil específico (Universidad de la Salle, 2015, p. 135). Para este estudio el grupo estará compuesto en su mayoría por mujeres, profesoras de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño. Para llevar a cabo de forma correcta el grupo focal, este tendrá la guía de un moderador que provoque el diálogo interactivo entre los participantes en torno al tema de interés.

Para la elaboración de esta herramienta metodológica se diseñó un formato sencillo tipo guion, el cual se hace una breve introducción sobre el contexto y propósito del grupo focal, y de igual forma se presenta la estructura planteada para el desarrollo del ejercicio. Dicha estructura consta de tres partes, para empezar una serie de preguntas para romper el hielo en el grupo, seguido de preguntas específicas y finalmente preguntas de cierre.

Figura 5 Guion grupo focal

 <p>GRUPO FOCAL:</p> <p>Introducción:</p> <p>El docente en formación Francisco Alexander Barbaño, quien cursa séptimo semestre en la Licenciatura en Ciencias Sociales en la Universidad Antonio Nariño, desarrolla este ejercicio de carácter investigativo como parte de la práctica pedagógica 2020. Dentro de las actividades programadas al interior de la práctica se propone la siguiente entrevista para las estudiantes del Liceo Mercedes Nariño.</p> <p>Los datos recolectados son para uso exclusivo académico, por lo que la información personal de los participantes no será divulgada, o utilizada de ninguna forma que pueda vulnerar los derechos plenos de los estudiantes.</p> <p>Las preguntas pretenden recoger datos que luego serán analizados con el fin de aportar teóricamente a la investigación en educación, en la que el propósito es reflexionar sobre los diferentes fenómenos sociales que alcanzan a nuestras estudiantes, tanto a la muestra como a todos los estudiantes en general. De esta manera realizar interpretaciones actualizadas, pertinentes de acuerdo a la realidad que viven los estudiantes en escenarios educativos, posibilitando a los docentes hacer nuevas apuestas en cuanto a las estrategias que usan en las aulas, y así poder mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje de las estudiantes.</p> <p>Objetivo general:</p> <p>Discutir acerca de las percepciones que tienen los profesores del Liceo Femenino Mercedes Nariño de la jornada mañana acerca del uso de teléfonos inteligentes por estudiantes de cuarto de primaria y su posible relación con el desempeño académico.</p> <p>Dirigido a: Profesoras y profesores del Liceo Mercedes Nariño de la jornada mañana.</p> <p>Tiempo aproximado: 2 sesiones de 45 min.</p> <p>Número de Participantes: Entre 4 y 6</p> <p>Recursos empleados: Plataforma Google Meet, Correo Electrónico.</p> <p style="text-align: center;">Grupo Focal de Investigación:</p> <p>Fecha: Nombre: Presentación:</p>	<p>En esta parte el moderador se presenta, al igual que cada integrante del grupo, se explica el motivo de la reunión. Se pedirá autorización verbal para el encuentro grupo focal y su respectivo registro. Además, se indica que cada quien tendrá la palabra, para intervenir se anunciará a través del chat, se resalta que si en cualquier momento de el diálogo alguien tiene una opinión diferente es importante que la haga saber al grupo.</p> <p>Rompe Hielo:</p> <p>El moderador realiza algunas preguntas personales al grupo, su respuesta completa, experiencia profesional, edad, como le gusta que los llamen, si tienen hijos, y otras más que puedan surgir. Todo ello para generar confianza con el grupo, (todos participan)</p> <p>Preguntas de apertura:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué piensan sobre el desarrollo tecnológico de nuestros días? 2. ¿Qué piensan en general de los teléfonos inteligentes? <p>Preguntas específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué piensan sobre el uso de los celulares en el aula de clase? 2. ¿Creen que se puedan usar como herramienta para los procesos de enseñanza aprendizaje? Si no ¿Por qué? 3. Según su experiencia como docente ¿Cuál creen que es el significado de los teléfonos inteligentes para los estudiantes? 4. ¿Pueden los teléfonos inteligentes y sus contenidos (internet, redes sociales, chats, juegos) incidir en el desarrollo de la personalidad de sus estudiantes? 5. ¿Debería haber una edad establecida en la que los estudiantes se les permita usar o poseer teléfonos inteligentes libremente?, si no por qué 6. ¿Ha utilizado teléfonos para desarrollar actividades académicas con sus estudiantes? 7. Están los teléfonos prohibidos por el colegio donde trabaja 8. ¿Cree que los teléfonos inteligentes pueden volverse una adicción? <p>Preguntas de cierre:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Recomendaría controlar o limitar a los estudiantes el uso de teléfonos inteligentes a los padres de familia? 2. ¿Cree que debería existir algún tipo de contenido dentro del currículo que advierta a los estudiantes los peligros y ventajas del uso de teléfonos inteligentes?
---	--

Fuente: Elaboración Propia

7.7. Entrevista Semi Estructurada

La entrevista semiestructurada abre un canal de comunicación entre el investigador y los sujetos de estudio con la finalidad de obtener respuestas orales afines a los interrogantes del problema propuesto en el trabajo. Además de esto, esta herramienta va acorde con la investigación de corte cualitativo, tal como lo propone Díaz, Torroco, Mildred y Varela (2013). La entrevista permite al investigador, “obtener información en relación con un tema determinado” haciendo que dicha información “(...) sea lo más precisa posible” sumado a ello posibilita “conseguir los significados que los informantes atribuyen a los temas en cuestión” (p. 163).


Dichas características son vitales para darle luz a la problemática de la que se encarga este estudio, puesto que para la recolección de datos es necesario hacer uso de un instrumento que permita recolectar información que evidencie las problemáticas planteadas en este trabajo, encaminado hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos.

La elaboración de este instrumento fue hecha a partir del mismo formato usado en el guion del grupo focal, adaptado a la entrevista, siguiendo una estructura básica, la cual contiene, presentación, objetivo general de la entrevista, y el cuestionario, que consta de tres partes, que corresponden a su vez a categorías de análisis. La primera apunta a la recabación de datos relacionados con el significado de los teléfonos inteligentes, la segunda relacionada con el rendimiento académico, y la tercera orientada a la construcción de identidad.

En cuanto al proceso de aplicación de la **entrevista semiestructurada**, primero hubo que pedir autorización a los padres de familia para que las estudiantes pudieran participar en la entrevista. Para esto se hizo uso de un consentimiento informado (adjunto en los anexos), el cual se envió a través de correo electrónico con la ayuda de la profesora tutora del centro educativo.

Este instrumento conto con la participación de 10 estudiantes mediante el formato de videoconferencia a través de la plataforma Microsoft Teams, plataforma que usa la institución educativa para el desarrollo de las clases virtuales, aquí se debe resaltar que está entrevista fue realizada en dos momentos diferentes, la primera con la participación de 8 estudiantes, y la segunda con la participación de 2 estudiantes más. Con el propósito de obtener una cantidad mayor de datos se realizó un formulario de Google en el que se adoptaron preguntas clave tomadas del guion de la entrevista semiestructurada, en tal ejercicio hubo una participación de 27 estudiantes más.

Figura 6 Guion Entrevista Semiestructurada

 <p>ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA:</p> <p>Se necesita consentimiento informado de padres de familia.</p> <p>Presentación:</p> <p>El docente en formación Francisco Alexander Burbano, quien cursa séptimo semestre en la Licenciatura en Ciencias Sociales en la Universidad Antonio Nariño, desarrolla este ejercicio de carácter investigativo como parte de la práctica pedagógica 2020. Dentro de las actividades programadas dentro de la práctica se propone la siguiente entrevista para las estudiantes del Liceo Mercedes Nariño.</p> <p>Los datos recolectados son para uso exclusivo académico, por lo que la información personal de los participantes no será divulgada, o utilizada de ninguna forma que pueda vulnerar los derechos plenos de las estudiantes.</p> <p>El cuestionario de la entrevista debe ser desarrollado con la supervisión de los padres de familia, en donde se resalta que se debe evitar la intromisión en la respuesta de cada pregunta, es decir, cada estudiante puede expresar libremente en cada respuesta sus propios pensamientos, sentimientos libremente.</p> <p>Las preguntas pretenden recoger datos que luego serán analizados con el fin de aportar teóricamente a la investigación en educación, en la que el propósito es reflexionar sobre los diferentes fenómenos sociales que alcanzan a nuestras estudiantes, tanto a la muestra como a todos los estudiantes en general. De esta manera realizar interpretaciones actualizadas, pertinentes de acuerdo a la realidad que viven los estudiantes en escenarios educativos, posibilitando a los docentes hacer nuevas apuestas en cuanto a las estrategias que usan en las aulas, y así poder mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje de los y las estudiantes.</p> <p>Objetivo general de la entrevista:</p> <p>Identificar el significado de la posesión de teléfonos inteligentes para los estudiantes, así como reconocer si existe relación entre estos significados y el desarrollo de sus actividades académicas. Además, determinar si estos factores tienen alguna incidencia en la construcción identitaria de los sujetos.</p> <p>Dirigido a: Estudiantes de cuarto de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño.</p> <p>Tiempo aproximado de la entrevista: 20 a 25 minutos.</p> <p>Recursos empleados: Guion de la entrevista y Correo Electrónico.</p>	<p style="text-align: center;">Entrevista de Investigación:</p> <p>Fecha: miércoles 28 de octubre de 2020</p> <p>Nombre:</p> <p>Edad:</p> <p>Curso:</p> <p style="text-align: center;">Cuestionario:</p> <p>Guion:</p> <p>Eje de análisis: Posible significado de los teléfonos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué piensas de estas tecnologías? (televisores y teléfonos inteligentes, internet) 2. ¿Qué tan importante es para ti tener un celular con acceso a internet? 3. ¿Es importante la marca de los celulares? 4. ¿Cuáles marcas de celulares te gustan más? 5. Si pudieras elegir un teléfono, el que sea, ¿cuál elegirías? 6. Si tus papás te prohibieran usar el celular para siempre ¿Cómo te sentirías? (cuanto tiempo podrías estar) 7. ¿Crees que puedes tener más amigos si tienes un teléfono con internet? <p>Eje de análisis N°2: Relación con el rendimiento académico</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. ¿Alguna vez has usado el celular para hacer tareas? 9. En cual de las siguientes asignaturas (materias) podrías usar un teléfono inteligente para hacer tareas con mayor facilidad, y ¿por qué? <ul style="list-style-type: none"> • Español • Inglés • Sociales • Matemáticas • Ciencias Naturales 10. ¿Piensas que es más fácil o más difícil hacer tareas con celular o el computador? 11. ¿Cuándo haces las tareas del colegio piensas en jugar en el celular o usar redes sociales? <p>Eje de análisis N°3: Construcción de la identidad</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. ¿Qué es lo que te hace diferente de tus amigos y compañeros? 13. ¿En que cosas te identificas con tus amigos y compañeros? 14. ¿Tienes preferencias con tu forma de vestir? 15. ¿Qué lugares te gusta frecuentar más? 16. ¿Hay alguna persona que sea tu modelo a seguir en la vida? 17. ¿Cuál es tu música favorita? 18. ¿Cuál es el sueño que quieres cumplir? 19. ¿Hay algo que no te guste de otras personas?
---	--

Fuente: Elaboración propia.

7.8. Escala Likert

La escala Likert es un método de recolección de información que permite reconocer el grado de actitud de un sujeto hacia un fenómeno estudiado. Fue perfeccionado por Rensis Likert en 1932, esta herramienta metodológica es una escala de adición o sumativa, la cual está compuesta por una serie de ítems, o categorías de las que se espera la reacción del sujeto participante. Reacción que mide el nivel de aceptabilidad o desaprobación del sujeto con cada categoría o ítem, con cada respuesta se asignan puntos a favor o en contra, con lo que se suma de forma algebraica para conocer si en la puntuación total hay una posición favorable o negativa (Fanila, Minami, & Izquierdo, 2013, p. 33).

Para la construcción de esta herramienta de recolección de información se utilizó la plataforma Google Forms, herramienta digital especializada en el diseño de cuestionarios, lo que facilitó su diseño estructural, y el acceso y aplicación del mismo a los participantes.

La encuesta fue diseñada para ser aplicada en profesores de la jornada mañana del Liceo Femenino Mercedes Nariño, centro educativo en el que se desarrolló el presente ejercicio investigativo.

La estructura de la escala Likert estuvo compuesta por dos ítems, uno que pretende medir el grado de acuerdo y desacuerdo, y el segundo el grado de importancia o apatía. El cuestionario abarcó nueve preguntas tomadas del guión inicial, todas referentes al grado de percepción sobre el uso de los teléfonos inteligentes por estudiantes, y su posible relación con el rendimiento académico, relaciones sociales y construcción identitaria de los sujetos de estudio.

Para el proceso de aplicación de este instrumento se había planificado la participación de al menos ocho profesores del Liceo Mercedes Nariño de la jornada primaria, sin embargo, la dificultad en la comunicación con los profesores fue una gran limitante, contactar a los maestros

en el contexto de la virtualidad fue una tarea difícil, por lo que solo se contó con la participación de cinco profesores quienes se contactaron a través de la profesora tutora con quien se desarrollaron las prácticas. para el desarrollo de este instrumento también fue necesario el uso de la herramienta formulario de Google, a razón de la facilidad que representaba para los participantes poder acceder al formulario en cualquier momento, lo que garantizo la recolección de datos de este instrumento presentado para el desarrollo metodológico. Aquí es importante señalar que el formulario de Google se aprovecho para incluir algunas de las preguntas que estaban inicialmente dentro del instrumento Grupo Focal, dichas preguntas fueron adaptadas al formato del formulario e instrumento escala Likert, de esta manera fue posible completar la recolección de datos suficiente para el análisis posterior.

Figura 7 Formulario Escala Likert

Percepción del uso de celulares en el aula de clase (Escala tipo Likert) ★

Preguntas Resuestas 0

Percepción del uso de celulares en el aula de clase (Escala tipo Likert)

Uso de Teléfonos Inteligentes en las Aulas de Clase

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

Nivel de escolaridad *

Pregrado

Posgrado

Doctorado

1. Cuál es su posición frente al uso de celulares por estudiantes en las aulas de clase. *

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 Adaptación del formato de validación

UAN
UNIVERSIDAD NACIONAL
ANTONIO NARIÑO

Una Universidad con Presencia Nacional y Vocación Regional

Validación de talleres didácticos

Estimados profesores Edwin Cruz y Nelson Moreno me dirijo a ustedes para solicitarles el favor de validar "Taller Didáctico" diseñado como instrumento de recolección de datos para el estudio que estoy llevando a cabo como trabajo de grado sobre el consumo simbólico de celulares, el cual pretendo aplicar en el Liceo Mercedes Nariño, centro educativo donde se desarrolla la práctica investigativa.

EVALUACIÓN DE TALLERES DIDÁCTICOS

Por favor evalúe marcando con una X, o en su defecto subraye la valoración que considere, de forma objetiva cada uno de los siguientes aspectos. Tenga en cuenta que 1 es la valoración mínima y 5 la máxima.

Escala valorativa:

CUANTITATIVA	E	CUALITATIVA	E
5	Excelente	MB	El indicador es muy eficiente
4	May Bueno	B	El indicador es eficiente
3	Buena	R	El indicador es propicio
2	Regular	NM	El indicador es poco eficiente
1	Necesita Mejorar		El indicador no es eficiente

Criterios:

FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA	VALORACIÓN
La secuencia didáctica es clara y coherente, es decir se entiende la metodología trazada para desarrollar el trabajo en el aula de clase.	1 2 3 4 5
La estructuración de los diferentes elementos del material da cuenta de articulación y pertinencia para la enseñanza a estudiante de cuarto de primaria.	1 2 3 4 5
Las instrucciones son pertinentes puesto que se evidencia uso adecuado del código lingüístico en cuanto a claridad y concreción.	1 2 3 4 5
CONTENIDO	
Los contenidos están delimitados y se abordan en las diferentes actividades formativas, evaluativas de forma coherente y clara.	1 2 3 4 5
La información ofrecida es relevante y de interés para la formación de los estudiantes de grado séptimo.	1 2 3 4 5
DISEÑO	
La articulación de diversos códigos lingüísticos impacta favorablemente y genera interés.	1 2 3 4 5
El material facilita la reflexión del estudiante en torno a su proceso de aprendizaje.	1 2 3 4 5
Se favorecen procesos de interacción que dinamizan el proceso de aprendizaje.	1 2 3 4 5

Calle 28 a 10a No. 37 - 84 Sur de Focemilán
Linceo Girardilla Nacional - 01 8000 123 090
Linceo en Bogotá 018 210 2980
www.uan.edu.co

Adaptación de Material elaborado por Angélica Aguilón Lombana

UAN
UNIVERSIDAD NACIONAL
ANTONIO NARIÑO

Una Universidad con Presencia Nacional y Vocación Regional

OBSERVACIONES:

Nombre evaluador: _____

Fecha: _____

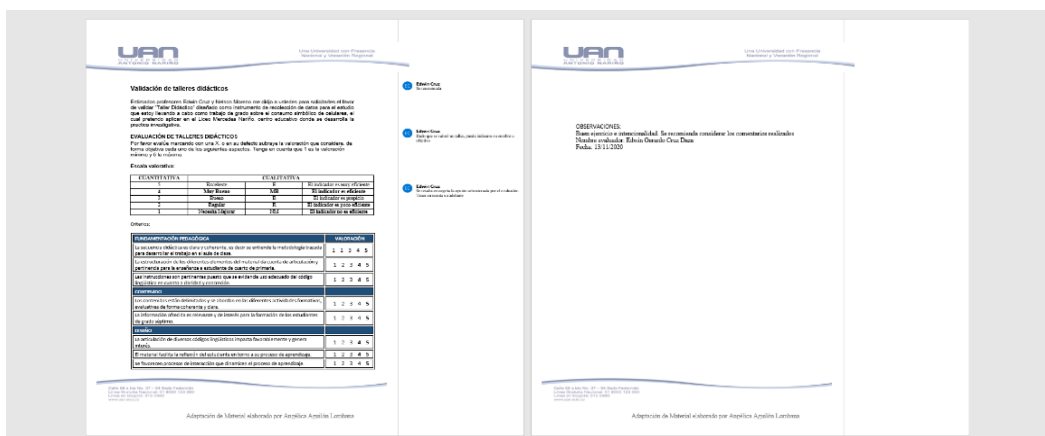
Calle 28 a 10a No. 37 - 84 Sur de Focemilán
Linceo Girardilla Nacional - 01 8000 123 090
Linceo en Bogotá 018 210 2980
www.uan.edu.co

Adaptación de Material elaborado por Angélica Aguilón Lombana

Español (España - alfabetización tradicional)

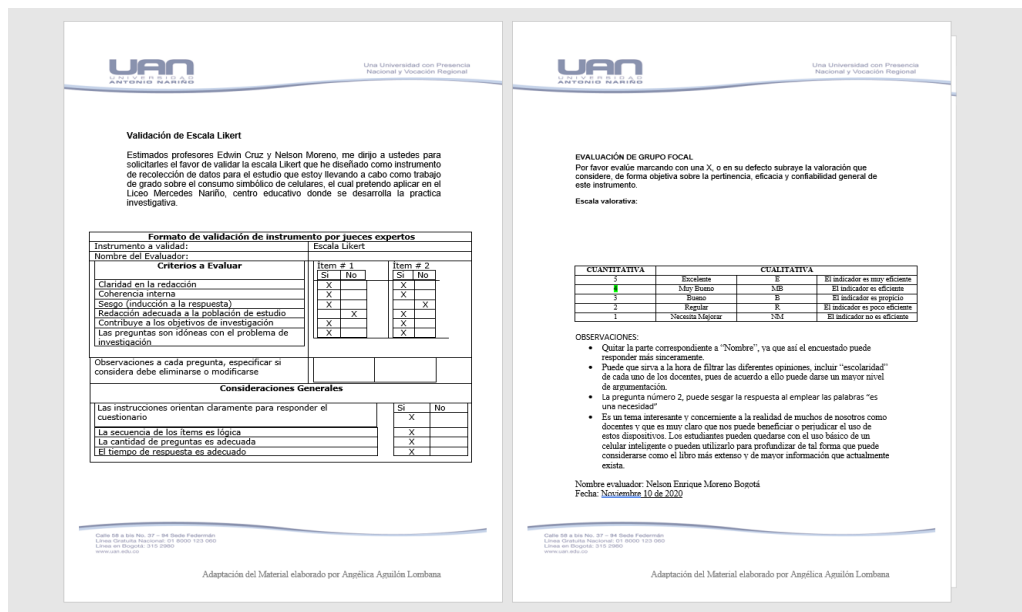
Fuente: Adaptado de (Lombana, s. f.).

Figura 9 Validación Taller Didáctico.



Fuente: Elaboración propia

Figura 10 Validación Escala Likert



Nota. Fuente: Elaboración propia

7.9. Población Y Muestra

La población de la presente investigación estuvo compuesta por alumnas de cuarto grado de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño, institución educativa publica ubicada en la localidad Rafael Uribe Uribe al sur de la ciudad de Bogotá. Es importante señalar que esta investigación tuvo empezado a gestarse desde el ejercicio de la práctica investigativa I, durante el

primer semestre del año 2020, por lo que la población en mención cursaba el cuarto grado de primaria, en efecto en el año 2021 en el que se hizo la recolección de información en el marco de la virtualidad dicha población cursaba el quinto grado de primaria.

Al tratarse de una población finita, no fue necesario realizar muestreo. El ejercicio investigativo fue realizado inicialmente en el año 2020 en el grado cuarto de primaria, correspondiente a la población, en el siguiente año 2021, el trabajo continuo en el grado quinto, así que solo fue necesario involucrar uno de los cursos del grado quinto, como muestra poblacional. Dicha muestra estuvo constituida por 32 estudiantes, quienes participaron en los formularios de Google adaptado del taller didáctico, y 27 estudiantes del mismo grupo en el segundo formulario Google adaptado de la entrevista semiestructurada, además en este último instrumento, pero en el formato de video grabado se contó con la participación de 10 estudiantes divididas en dos grupos. Sumado a ello, se contó con la participación de 5 profesores del Liceo Mercedes Nariño, en la herramienta metodológica escala Likert, quienes trabajan con el grado cuarto y quinto de primaria.

Como síntesis de la participación de la muestra se presenta la siguiente tabla:

Tabla 3 Participación de la muestra

Muestra	Instrumento
32 estudiantes	Taller Didáctico (desarrollo en clase y primer formulario Google).
27 estudiantes	Entrevista Semiestructurada (Formulario Google)
10 estudiantes	Entrevista Semiestructurada (Grabación en vivo a través de reunión virtual)
5 profesores	Escala Likert (Formulario Google)

Fuente: Elaboración propia.

7.10. Recolección de datos en el marco de la virtualidad

Como es bien sabido el año 2020 estuvo atravesado por la crisis sanitaria causada por el virus Covid-19, declarado pandemia mundial por la OMS, situación que supuso un cambio radical en diferentes aspectos de la vida diaria, laboral y académica.

Llegado el año 2021 este escenario no sufrió grandes cambios, la mayor parte de las instituciones educativas del país se vieron obligadas a continuar desde la virtualidad. Por tal motivo es preciso señalar que la recolección de datos que se tenía proyectada en este trabajo investigativo sufrió diferentes dificultades desde el comienzo del periodo académico en el que se hizo la recabación de información. Una de las grandes limitantes que se debe mencionar es el bajo índice de participación que hubo en los diferentes instrumentos que se proyectaron por lo que se tuvo que recurrir a la adaptación de la entrevista semiestructurada y escala Likert con el fin de recoger una mayor cantidad de datos que posibilitara el análisis de resultados.

Por otra parte, es importante señalar la limitación en la aplicación del instrumento Grupo Focal, las dificultades antes mencionadas a causa de la pandemia por el Covid – 19 su pusieron la necesidad de prescindir de la aplicación del Grupo Focal, instrumento que no pudo ejecutarse como se tenía planificado, la razón fue la imposibilidad de los participantes de reunirse en una misma fecha, este instrumento fue diseñado para ser desarrollado con población docente de primaria adscrita al Liceo Femenino Mercedes Nariño. En conversaciones con algunos de los profesores se evidencio una buena disposición para ejecutar el ejercicio, no obstante, los horarios de trabajo y las largas jornadas laborales fueron los factores que impidieron la implementación de este instrumento de recolección de datos. Esta experiencia se plasma en este documento con la intención de ser tenida en cuenta por los lectores para futuros ejercicios investigativos que se

piensen desarrollar en el marco de la virtualidad, y se planifique con el fin de evitar el tipo de tropiezos que se dieron en el presente ejercicio.

Aquí es muy importante señalar, aunque los instrumentos de recolección de información se pensaron dentro del contexto de la pandemia, algunos factores dificultaron la tarea, el primero de ellos fue la conexión a internet de la muestra poblacional que se tenía proyectada, interrupciones o intermitencia en la señal son algunas de esas dificultades. Otra de las dificultades fue la falta de comunicación directa con los profesores de la institución, en múltiples ocasiones se enviaron mensajes y se hicieron llamadas a varios maestros con la intención de buscar mayor participación de los estudiantes en el estudio, en gran parte de los casos estos mensajes nunca fueron respondidos.

Las dificultades antes mencionadas impidieron no solo incrementar la participación en el estudio por parte de las estudiantes, sino también de los maestros, lo que afectó considerablemente la riqueza de la investigación dado lo anterior, hubo que buscar diferentes alternativas como realizar la adaptación de algunas preguntas que se habían planeado hacer en el grupo focal en un formulario de Google, sintetizando las con las propuestas en el guion del instrumento escala Likert, lo que permitió recoger información valiosa para el análisis que se presenta en el siguiente capítulo; no sin antes resaltar que esta nueva realidad virtualizada representa un reto en cuanto a los ejercicios de investigación. Por estas razones es necesario subrayar la necesidad de fortalecer académicamente la implementación de estrategias metodológicas para la preparación de las prácticas profesionales de cara a la virtualidad de la universidad, con el propósito de facilitar y mejorar la experiencia de los jóvenes investigadores en sus prácticas profesionales investigativas.

Con la intención de sintetizar el proceso metodológico se presenta una breve línea de tiempo a continuación:

Tabla 4 Línea de tiempo desarrollo metodológico



Nota. Fuente: Elaboración propia.

La tabla número tres, presenta de forma breve el resumen del proceso metodológico en sus tres etapas, primero la etapa de observación en campo, donde se hace evidente el uso de celulares por parte de las estudiantes del Liceo Femenino, dando las primeras luces para el planteamiento del problema y posterior propuesta formal de investigación. La segunda etapa comprende el diseño metodológico correspondiente al enfoque cualitativo con el método etnográfico es su variante virtual llevado a cabo mediante la técnica de observación, durante dicha etapa tuvo lugar el diseño de instrumentos de recolección de datos y su respectiva validación. Durante la tercera etapa se realizó la aplicación de cada uno de los instrumentos, además se hizo la adaptación instrumental en formularios Google con el fin de facilitar la recolección de datos.

7. Análisis de Resultados

Para dar inicio al análisis de resultados y aprovechar al máximo toda la información recogida se presenta en primer lugar un análisis exploratorio que tiene como objetivo dar a conocer la cocurrencia conceptual entre las dos principales categorías, Consumo Simbólico y

Rendimiento Académico, de esta forma se hace evidente como emerge la tercera categoría de análisis, Habilidades Sociales, clave para el planteamiento teórico de este trabajo.

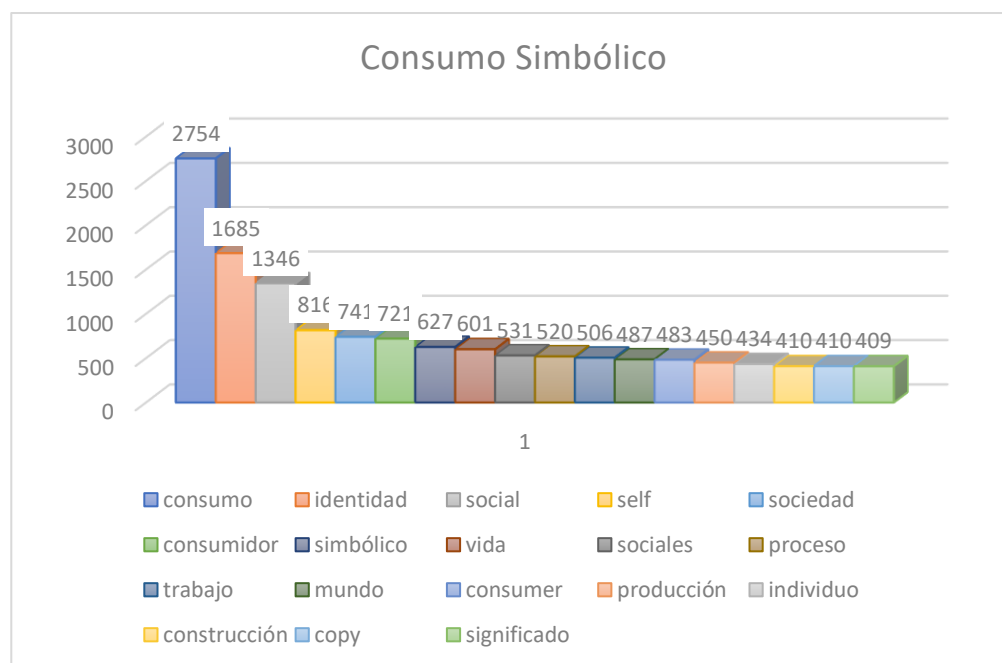
8.1. Análisis Exploratorio: Relación entre uso y consumo del celular y el rendimiento académico.

En primer lugar, se analizaron 24 documentos citados en el marco teórico, entre ellos, artículos de revista científicas y varios trabajos en el formato de tesis investigativas sobre el fenómeno del consumo y el rendimiento académico. Para esto fue necesario el uso del software Atlas.ti, en su versión 8. Este software de análisis de datos permite filtrar una lista de palabras de varios documentos a la vez, luego se crea un segundo filtro con la frecuencia de todas las palabras y conceptos en los documentos seleccionados, se procede a “limpiar” la lista, es decir, se excluyen todos los conectores e información inservible, posteriormente se exporta como formato Excel, se seleccionan las palabras de mayor frecuencia y se crea una gráfica automática que permite revisar la información de manera detallada.

Este primer análisis tuvo como objeto identificar la frecuencia de conceptos clave, en los que se deben identificar las categorías principales de análisis del presente trabajo investigativo.

Para dicha tarea se creó una lista de frecuencia con las palabras y conceptos que aparecen en los documentos citados, es preciso señalar que se crearon tres gráficos de frecuencia, uno para cada categoría. Consumo Simbólico, Rendimiento Académico y Uso del celular en el contexto académico.

Figura 11 Primer Análisis Exploratorio Consumo Simbólico



Fuente: Elaboración propia con ayuda de Atlas.ti

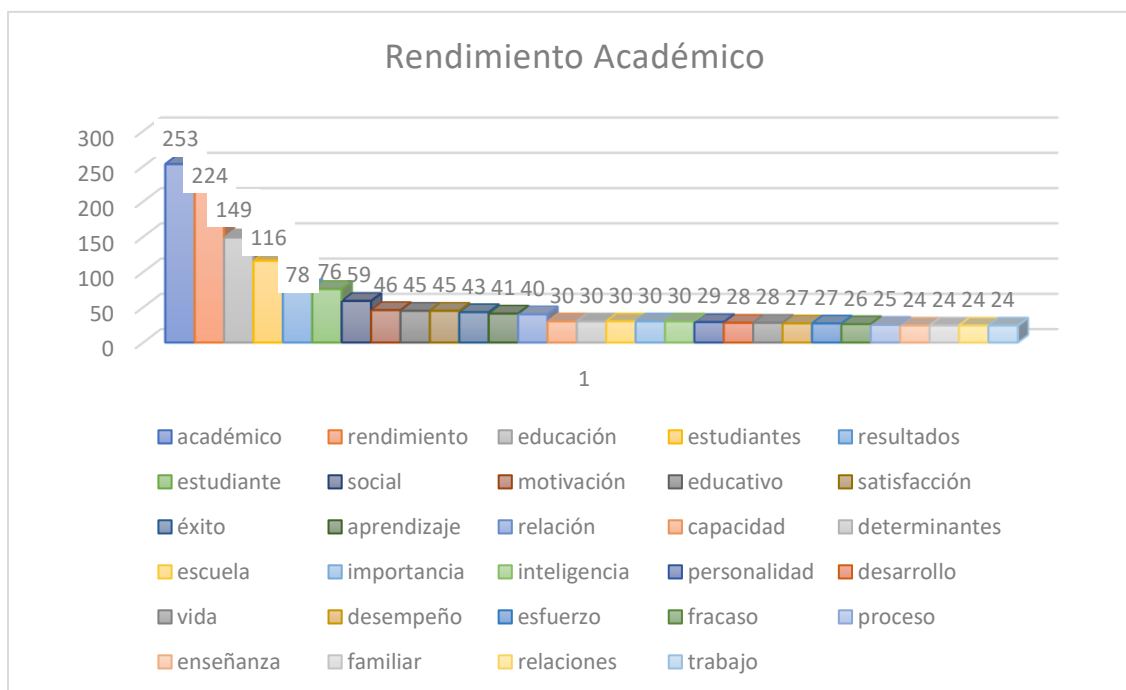
Con la intención de conocer que conceptos claves que se relacionan con el Consumo Simbólico se realizó un análisis que explora la frecuencia conceptual en 13 documentos de carácter científico de diferentes autores que abordan el fenómeno desde diferentes perspectivas, dichos trabajos hicieron parte del marco teórico de este trabajo. Con la ayuda del software Atlas.ti, es posible analizar de forma simultánea esa cantidad de documentos creando una lista de conceptos de alta cocurrencia.

Cómo se puede observar en la figura número 11, aparece la lista de conceptos de mayor presencia dentro de los 13 diferentes trabajos analizados; los conceptos que lideran la lista fueron, Consumo, lo que es normal puesto que es la categoría principal en los documentos. El concepto clave que aparece como segundo más frecuente es la **Identidad** en relación con el Consumo Simbólico, así mismo aparece el concepto **Self**, descrito por Fenollar & Ruiz (2002)

como la construcción simbólica del “yo”; su relevancia es alta, dado que en diferentes momentos los teóricos del consumo simbólico señalan que la identidad es un constructo del ser humano que se ve afectado en gran medida por las formas de consumo de los sujetos, lo que se materializa a través de los símbolos culturales de las mercancías que cobran un gran significado para los consumidores.

Adicionalmente aparecen los conceptos **“social” “sociedad” “vida” “sociales”**, los cuales se relacionan con la categoría de habilidades sociales. Puesto que el consumo se convierte en el puente de los sujetos para buscar la aceptación y participación social, punto que es importante entender debido a que según el consumo simbólico la capacidad social de las personas es mediada por sus hábitos de consumo, lo que en consecuencia significa que la habilidad social, es decir la capacidad que tiene un sujeto para relacionarse con otros y encontrar un lugar dentro de la sociedad es consecuencia de lo que consume. Ahora bien, aquí es importante prestar atención a la relación entre consumo simbólico y habilidades sociales dado que esas habilidades sociales son un factor importante dentro de la categoría Rendimiento Académico, como se presenta a continuación.

Figura 12 Análisis Exploratorio: Rendimiento Académico

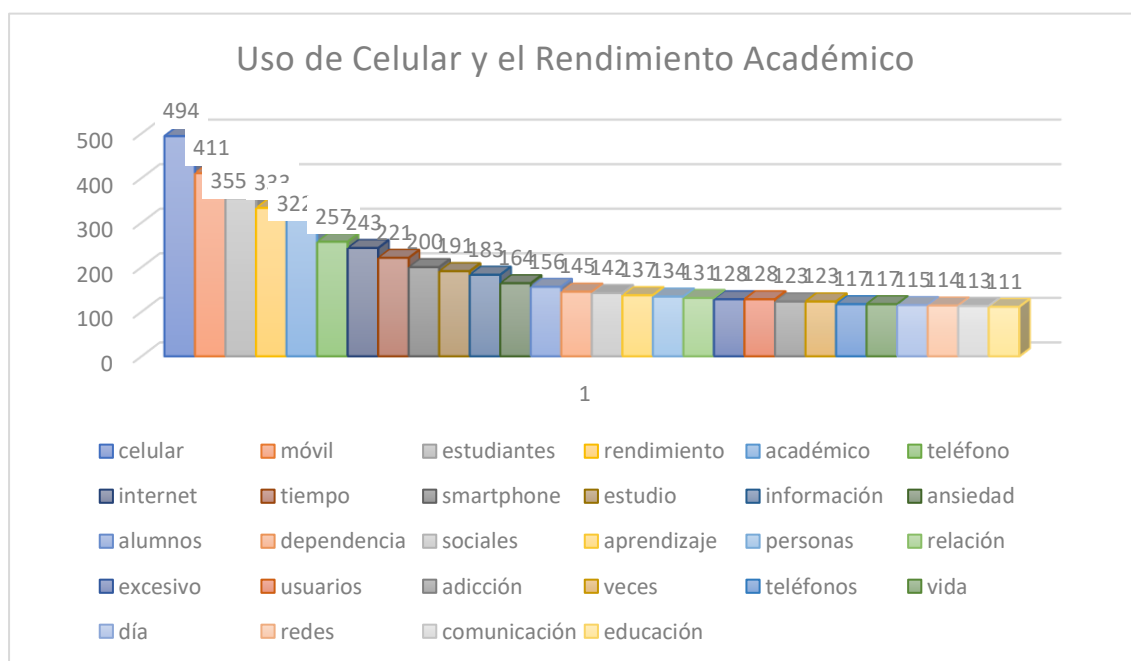


Fuente: Elaboración Propia.

De igual forma como se realizó el análisis de datos en la figura número 11, para la categoría de rendimiento académico se analizaron 4 documentos de carácter científico donde se discute a cerca del rendimiento académico, en la figura 12 se hace evidente la alta frecuencia de conceptos como “Social” “Motivación” “Satisfacción” “Personalidad”, tales conceptos se relacionan teóricamente con el buen desempeño escolar, o rendimiento académico de los estudiantes, tal como se señaló en el marco teórico, el rendimiento académico es un fenómeno multifactorial en el que diferentes factores inciden, algunos autores señalan la importancia que tiene la motivación y satisfacción de los sujetos para llevar a cabo procesos académicos estables y con buenos resultados, también se aborda el factor social y de personalidad; para algunos teóricos el hecho de que los estudiantes desarrollen habilidades sociales que les permitan establecer relaciones sociales saludables se traduce en buenos resultados académicos; al igual

que un buen desarrollo personal, es decir la construcción de personalidades estables de los sujetos se relacionan positivamente con su capacidad para desenvolverse socialmente.

Figura 13 Análisis Exploratorio Rendimiento Académico y Uso del Celular



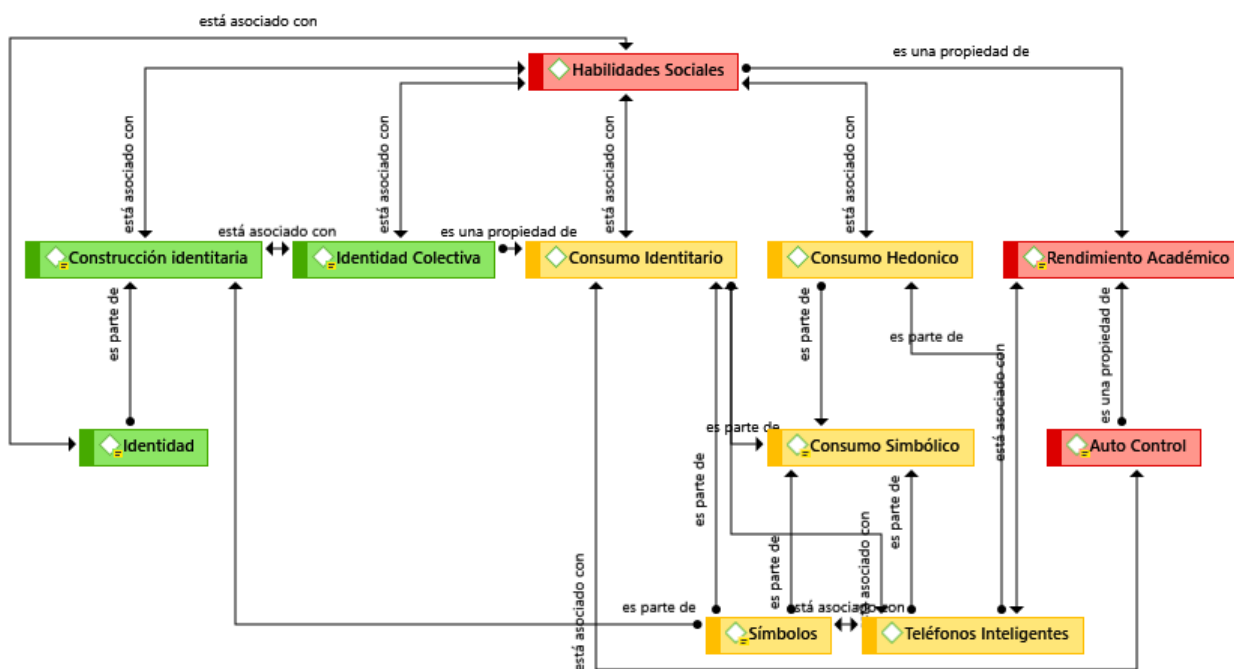
Nota. La figura número trece, muestra la frecuencia conceptual en 7 documentos referentes al tema del uso del celular y su relación con el rendimiento académico. Se resalta la alta frecuencia de conceptos como: Teléfono, Redes Sociales, Ansiedad, Dependencia, Social, Aprendizaje. Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en las tres graficas anteriores los principales conceptos referentes a las categorías principales de análisis aparecen con una frecuencia alta, lo que indica la pertinencia teórica y congruente en el presente trabajo de análisis. Hecha la identificación conceptual es importante resaltar que dentro de cada categoría de análisis se hallan las primeras señales de la relación conceptual entre categorías, lo que es muy valioso ya que da cuenta del análisis exploratorio.

En la primera categoría, **Consumo Simbólico**, destaca la alta frecuencia de identidad, self y social. En la segunda categoría, **Rendimiento Académico**, de igual forma aparecen

también, aunque con menos frecuencia: Social, motivación y personalidad. En la tercera categoría, **Uso del Celular**, se presenta una alta frecuencia de conceptos tales como: teléfonos, redes sociales, ansiedad, social y aprendizaje. El factor común que se puede observar es el de, *Social*, presente en las tres categorías, conceptos que también se relacionan entre sí en diferente medida. Como se pretende demostrar con una red conceptual creada a partir del análisis exploratorio de los documentos citados.

Figura 14 Red Semántica Habilidades Sociales

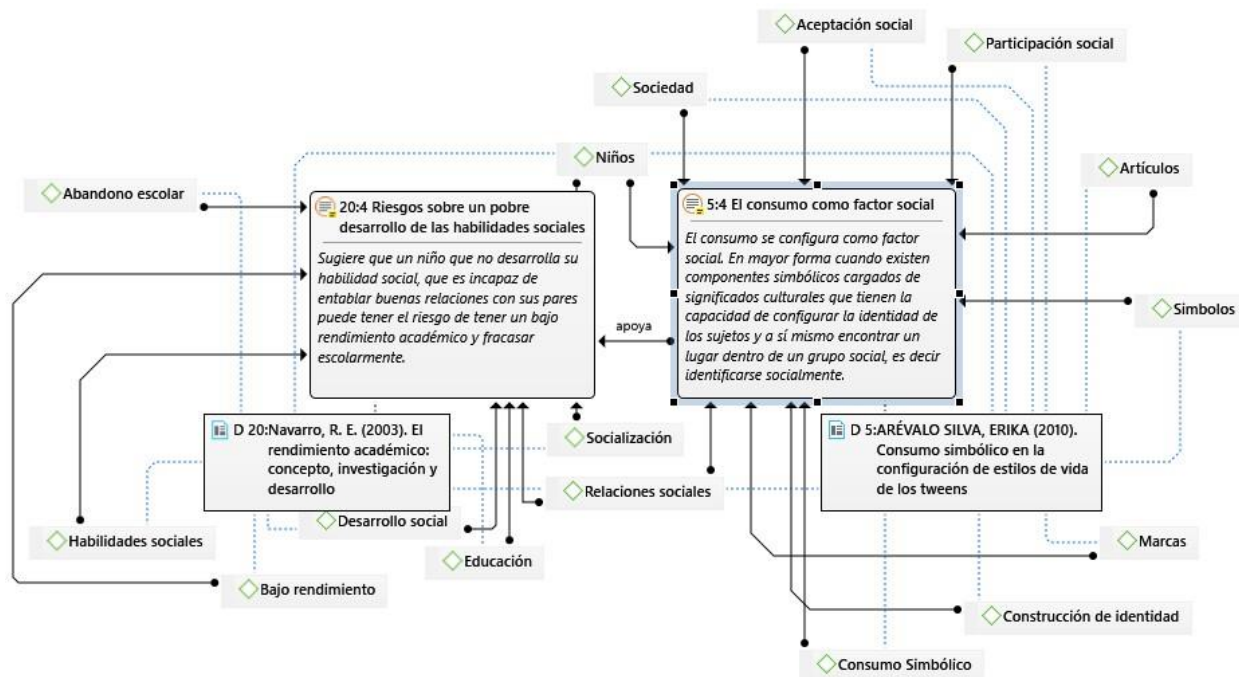


Nota. Red de códigos creado a partir de la asociación jerárquica de conceptos clave dentro de los documentos citados en el marco teórico. Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la figura número catorce, se hace evidente la relación conceptual de la parte social, que allí aparece como habilidades sociales, siendo una propiedad del rendimiento académico, asociada a su vez con la construcción identitaria, llegando hasta los teléfonos inteligentes a través del consumo simbólico identitario.

Para entablar una relación más clara entre las habilidades sociales y el rendimiento académico realizamos una red conceptual apoyada con dos citas en diferentes documentos de análisis sobre rendimiento académico y consumo simbólico.

Figura 15 Red Semántica Rendimiento Académico y Habilidades Sociales



Nota. La figura muestra la posible relación causal entre habilidades sociales y rendimiento académico apoyado por dos citas diferentes. Fuente: Elaboración propia.

La figura número quince establece una posible relación causal entre el rendimiento académico y el desarrollo de habilidades sociales. Para establecer tal relación se levantaron códigos en ambos documentos con la ayuda de Atlas.ti.

Este proceso se hace con base en el enfoque inductivo de codificación, ideal para el análisis de datos con enfoques fenomenológicos y de teoría fundamentada, en los que la intención es dar la posibilidad de desarrollar nuevas teorías (Duarte, 2021). Por tanto, la intención aquí fue establecer cuál es la relación entre el consumo simbólico y el rendimiento académico.

El análisis parte de una codificación libre en dos o más documentos que aborden ambas categorías de estudio. Luego de revisar detalladamente cada texto se delimita la información con la intención de cumplir con el objetivo, el software le brinda al investigador la posibilidad de crear códigos, que no son más que palabras o conceptos clave que luego permitirán establecer dichas relaciones. Para este caso se tuvieron en cuenta los trabajos de (Navarro, 2003). Donde aborda referentes factores que están asociados al rendimiento académico y fracaso escolar. En dicho documento se delimitó el factor social, o de habilidades sociales. El segundo trabajo, de (Arévalo, 2010), que aborda el tema del consumo simbólico. Luego de un análisis preliminar se pudo delimitar un factor común, el de las relaciones sociales, y construcción identitaria de los sujetos de estudio, al igual que en el primer documento, se levantan códigos presentes en dichos documentos. Luego el software se encarga de establecer qué tipo de relación existe entre ambos postulados teóricos.

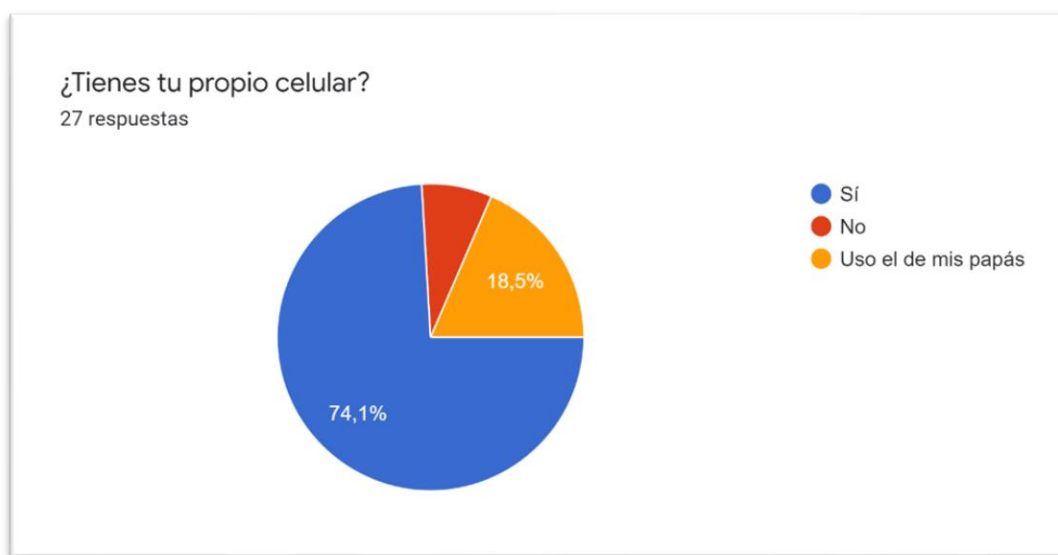
Como se puede apreciar en la figura número quince, aparecen dos citas con un comentario correspondiente que las sintetiza, además también se asocian los códigos en cada cita para validar tal relación. Lo que en resumen para este trabajo se puede interpretar de la siguiente forma:

En el consumo simbólico, el consumidor no consume productos por su utilidad o funcionalidad sino por una serie de símbolos culturales que son adheridos a las mercancías, dichos símbolos se vuelven representaciones interiores de los consumidores, son adoptados como parte de si, de su identidad, se configuran como un diferenciador social. Pero del mismo modo esa diferenciación les permite a los sujetos identificarse con sus pares y establecer relaciones sociales. Así se crean diferentes grupos donde los sujetos comparten afinidades e ideas, por lo

que el factor consumo se vuelve parte importante para el desarrollo de las habilidades sociales de los sujetos.

Ahora bien, teniendo en cuenta que las habilidades sociales son un fenómeno en sí, no solo un factor aislado que se asocia al rendimiento académico, algunos estudios como el de Navarro, lo argumentan, es posible determinar en este primer análisis exploratorio, que al ser, las habilidades sociales un factor clave que contribuye a los sujetos a tener mejores resultados en cuanto al rendimiento académico, no se puede ignorar que el consumo simbólico aparece como un factor determinante en el desarrollo de esas habilidades, y construcción identitaria y social de los sujetos, más aún dentro de un contexto social, de la muestra poblacional de este estudio, en el cual existe un alto grado de consumo, especialmente el de teléfonos inteligentes en la mayoría de individuos participantes, lo cual se puede corroborar mediante una de las preguntas formuladas como parte de las entrevistas adaptadas en formularios de Google Forms en la que hubo una participación de 24 estudiantes del Liceo Femenino Mercedes Nariño, como parte de la muestra poblacional.

Figura 16 Tenencia de Teléfonos en sujetos de estudio



Fuente: Elaboración propia.

La figura 16 muestra el porcentaje de estudiantes que poseen su propio celular, más otro tanto que usa el celular de sus papás, esta información es precisa puesto que se puede evidenciar el alto consumo de estos dispositivos en una población tan pequeña, aquí hay que tener en cuenta que la participación de la muestra para este instrumento fue de 27 estudiantes de un colegio público del distrito, en el que el promedio de estudiantes por curso es de más de 35, y por grado hay unos dos cursos mínimo, lo que indica que si más de un 70% de los estudiantes de quinto de primaria de los colegios públicos de Bogotá usan y son dueños de teléfonos inteligentes la demanda de estos aparatos es enorme.

Aunque estos datos pueden ser vistos como algo normal se hace necesario prestar más atención a este consumo tan elevado de estas tecnologías, sobre todo teniendo en cuenta que este es un consumo diversificado dada la versatilidad de los dispositivos móviles; en el momento que se entrega un celular a un niño este sujeto se vuelve un consumidor en potencia de redes sociales, compras en línea, video juegos y contenido de ocio hecho para un público adulto, sumado a ello toda la información a la que se tiene acceso a través de la internet con la que cuentan todos estos dispositivos. Por estas razones es necesario revisar de cerca de qué forma los niños usan estas tecnologías de las que pueden sacar mucho provecho si se usan de la manera adecuada y con el respectivo acompañamiento de padres y profesores.

De esta manera finaliza el análisis exploratorio, en el cual se hace evidente la relación conceptual entre rendimiento académico y consumo simbólico, específicamente, de teléfonos inteligentes, además de poner en contexto que la muestra poblacional efectivamente hace parte del consumo mencionado.

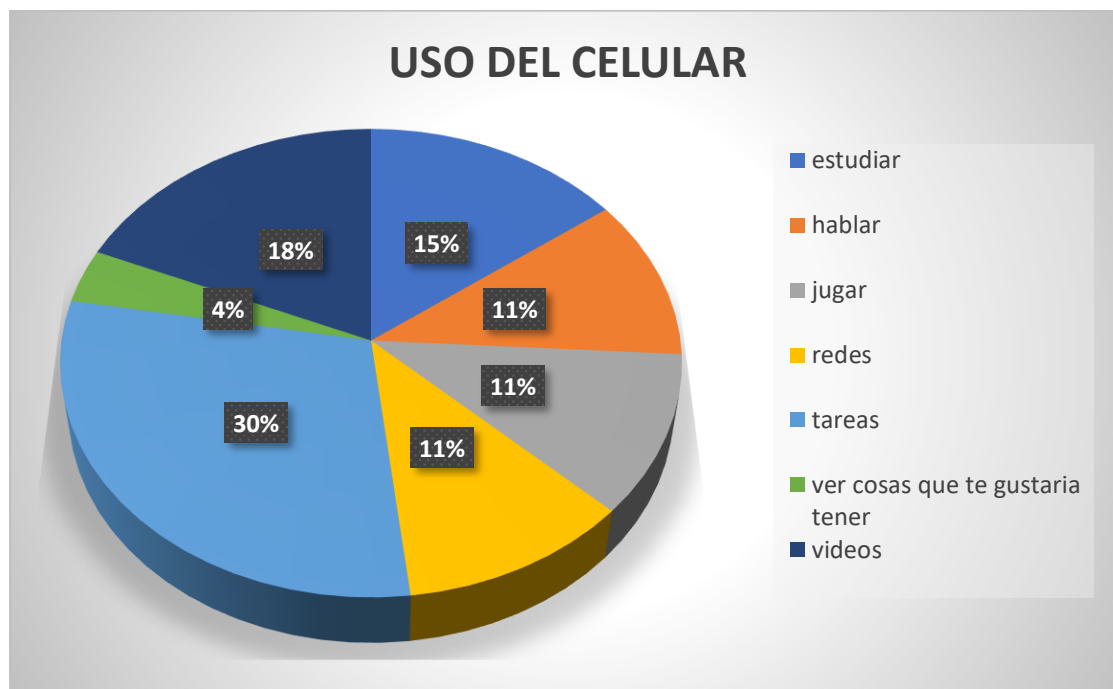
8.2. Teléfono Inteligente Como Distractor Académico.

En esta parte del ejercicio metodológico se realizará el análisis de las partes más relevantes en entrevistas y recursos utilizados en la recolección de datos con la intención de discutir si se alcanzaron los objetivos específicos planteados para la investigación.

Para esto se delimitó la información recogida en la entrevista semiestructurada, en la que participaron 10 estudiantes divididos en dos sesiones para la entrevista grabada que tuvo lugar como reunión virtual a través de la plataforma Microsoft Teams, quienes representaron la muestra poblacional. Además de un formulario de Google, con preguntas adaptadas de la entrevista semiestructurada, en la que participaron 27 estudiantes.

Para la creación de las figuras se exportaron las respuestas del formulario de Google a Atlas.ti para luego filtrar la información clasificando las preguntas de las que se pretende extraer la información, el software crea un código automáticamente por cada pregunta y una cita para cada respuesta, luego se exporta la información a una nueva tabla de Excel para crear la gráfica con los datos seleccionados. Se resalta que, aunque el formulario de Google crea las gráficas de forma automática, la clasificación de la información en Atlas.ti es importante para realizar análisis posteriores.

En esta parte se presentan tres figuras que evidencian el tipo de uso que le da la población de muestra a los teléfonos inteligentes entablando así una relación con sus actividades académicas. Cada figura muestra las respuestas de las 27 estudiantes que participaron del formulario que se usó como parte de la adaptación del instrumento “Entrevista Semiestructurada”, estas tres preguntas iniciales se proyectaron para poder determinar en qué medida el uso del celular por parte de las estudiantes se relaciona con el desarrollo de sus actividades académicas.

Figura 17 Uso del Celular

Nota. Figura referente a las diferentes actividades que se realizan en el celular. Fuente Elaboración propia.

La figura 17 muestra el tipo de actividades que los participantes llevan a cabo a través de sus teléfonos inteligentes, aquí se destaca el factor académico por medio de las tareas y el estudio respectivamente, otra actividad que destaca son los videos en línea, además de otras actividades de ocio como las redes sociales, o lo que aparece como “hablar”, concepto que se puede ubicar dentro del uso de aplicaciones de interacción social como los chats en tiempo real. Algo que es importante señalar aquí es el evidente uso diversificado del celular, este aparato cumple con diferentes roles en la vida de sus usuarios, específicamente al tratarse de estudiantes el celular es una herramienta útil para comunicarse con otros compañeros de clase, buscar información para el desarrollo de actividades académicas y tener momentos de ocio en redes sociales y los videos que se encuentran en internet.

Figura 18 Percepción Personal del Celular

Nota. Esta pregunta se formuló con la intención de conocer la percepción de los sujetos de estudio frente al uso del celular y sus actividades académicas. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 18 se hace evidente el factor distractor del celular para las estudiantes, a lo largo del ejercicio teórico conceptual fue una constante encontrar estudios que señalaban al celular como un objeto que distrae a los estudiantes en sus actividades académicas, lo que se explica por las diferentes aplicaciones de ocio que pueden generar sensaciones placenteras en los usuarios que pasan mucho tiempo frente a las pantallas de los dispositivos, en consecuencia los sujetos desarrollan un fuerte apego a sus celulares; esto impide que se puedan desarrollar otras tareas sin dejar de pensar o estar pendientes del celular, desencadenando desordenes patológicos virtuales como por ejemplo la nomofobia, que básicamente es una sensación de malestar cuando no una persona no puede usar un teléfono por algún tiempo.

Figura 19 Preferencia de Aplicaciones Móviles



Nota. Pregunta formulada para conocer la preferencia de consumo interno en los celulares. Fuente: Elaboración Propia.

La pregunta de la figura número diecisiete fue: “Cuándo usas el celular, ¿en cuál de estas actividades gastas más tiempo?” con respuestas de selección múltiple y adicional una opción de respuesta libre. En el gráfico se evidencia una clara inclinación de las estudiantes hacia las actividades académicas, las respuestas con mayor frecuencia fueron “estudiar” y “hacer tareas”, lo que en principio supone que el celular es usado en mayor medida como herramienta pedagógica de forma autónoma por los sujetos de estudio, sin embargo la segunda pregunta de la figura número dieciocho, busca que las estudiantes de manera reflexiva respondan si consideran que el celular representa un distractor cuando se están desarrollando tareas escolares, sorpresivamente aunque en la pregunta anterior indicaba el uso del celular hacia el desarrollo de actividades académicas, más del 40% de las participantes considera que el dispositivo móvil es un factor de distracción, adicionalmente hay un porcentaje menor 37% que se muestra indeciso frente a la pregunta.

Sumado a ello nos encontramos con la pregunta de la figura número diecinueve, la cual busca poner en evidencia cual aplicación es la de mayor consumo en las participantes, el resultado es claro como demuestra la figura, poco más del 50% de las estudiantes prefieren usar la aplicación “Tik Tok”, una red social en auge entre niños y jóvenes, de igual forma la tendencia no cambia, puesto que las siguientes dos apps más utilizadas fueron YouTube, y WhatsApp. Aquí es necesario resaltar que en esta pregunta el formulario también tenía una opción de respuesta libre, donde una participante menciono la aplicación “Roblox” que corresponde a un video juego en línea. De esta manera es posible analizar que la gran mayoría de participantes asocian el uso del celular con actividades de ocio, recreación o interacción social en línea, también es necesario resaltar que en la pregunta se incluyó una opción mencionaba la aplicación “Edupage”, plataforma digital oficial de la institución donde se montan todas las actividades académicas de los sujetos de estudio; opción de respuesta que fue seleccionada por un solo participante.

Por consiguiente es posible interpretar que aunque los sujetos de estudio pasen mayor tiempo haciendo actividades escolares cuando usan el celular, se hace evidente que dada la versatilidad del dispositivo, este representa un distractor potencial del uso principal del mismo, adicional es posible determinar que existe un factor social enmarcado en la virtualidad en el consumo de las aplicaciones de los celulares, dado que la preferencia se inclina de forma evidente en aplicaciones como redes sociales y otras donde se consume contenido cultural.

Lo que es apoyado por varios autores en diferentes investigaciones que se han propuesto identificar efectos negativos en el rendimiento académico relacionados con factores sociales, resultado del mal uso, o del uso excesivo del celular.

Por ejemplo (Paredes et al, 2018), comentan que, el celular tiene un efecto de estímulo respuesta en el estudiante, lo que resulta de alguna forma placentero, cuando no se usa para realizar actividades académicas provoca en el sujeto a una desconexión de la realidad, atención fragmentada, y disminución del funcionamiento cognitivo. Lo que en sí es un distractor en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Sumado a ello, el estudio encontró una fuerte tendencia de los estudiantes de poseer dispositivos de última generación para poder estar a la moda, lo que a su vez brinda estatus social frente a su grupo, lo que genera un mayor uso de los teléfonos inteligentes (p. 168-167).

Un aporte importante de mencionar aparece en Buckingham (2012) quien dice que el papel de estos niños como consumidores en la sociedad ha cambiado, el hecho que estos sujetos tiendan a hacer un consumo selectivo y exigente, como fue mencionado en algunas de las entrevistas de este trabajo, en las que los participantes tuvieron elecciones de consumo inclinadas a un alto rendimiento de los dispositivos y marcas de alta gama de celulares (ver figura 22), evidencia la transformación del paradigma sobre el niño sumiso víctima de la publicidad del capitalismo salvaje que mediante la imposición de marcas median modas que ejecutan consumos homogenizan tés de la sociedad, discursos que aparecían en Foucault con su concepto de “biopoder”, lo que en síntesis es una serie de valores y normas adoptadas por los sujetos como parte de sí mismos, impuestas sobre los individuos en su etapa infantil a través de los medios de comunicación, tv, videojuegos, cine, deportes, comercios y parques temáticos, con el fin de incorporar a estos sujetos en el consumo (Bustelo S, 2007).

por el contrario, está nueva generación de niños consumidores tienen la autonomía suficiente para clasificar los símbolos y significados de las mercancías y así usarlas según sus intereses, es decir, las mercancías no son las que moldean la identidad individual y colectiva de

los sujetos, sino son los sujetos quienes resignifican estas mercancías en función de crear un estilo de vida individual y moldear su identidad, resistiéndose de esta forma a la presión del mercado. Lo que deja al niño como un actor social competente (Buckingham, 2012).

Otro referente importante es (Lira, y otros, 2017), quienes comentan que internet y los celulares, además de ser un distractor en el rendimiento académico escolar, también puede ser un aparato adictivo, puesto que le da la capacidad a su usuario de socializar, identificarse con un grupo, construir su identidad (pp. 27-30).

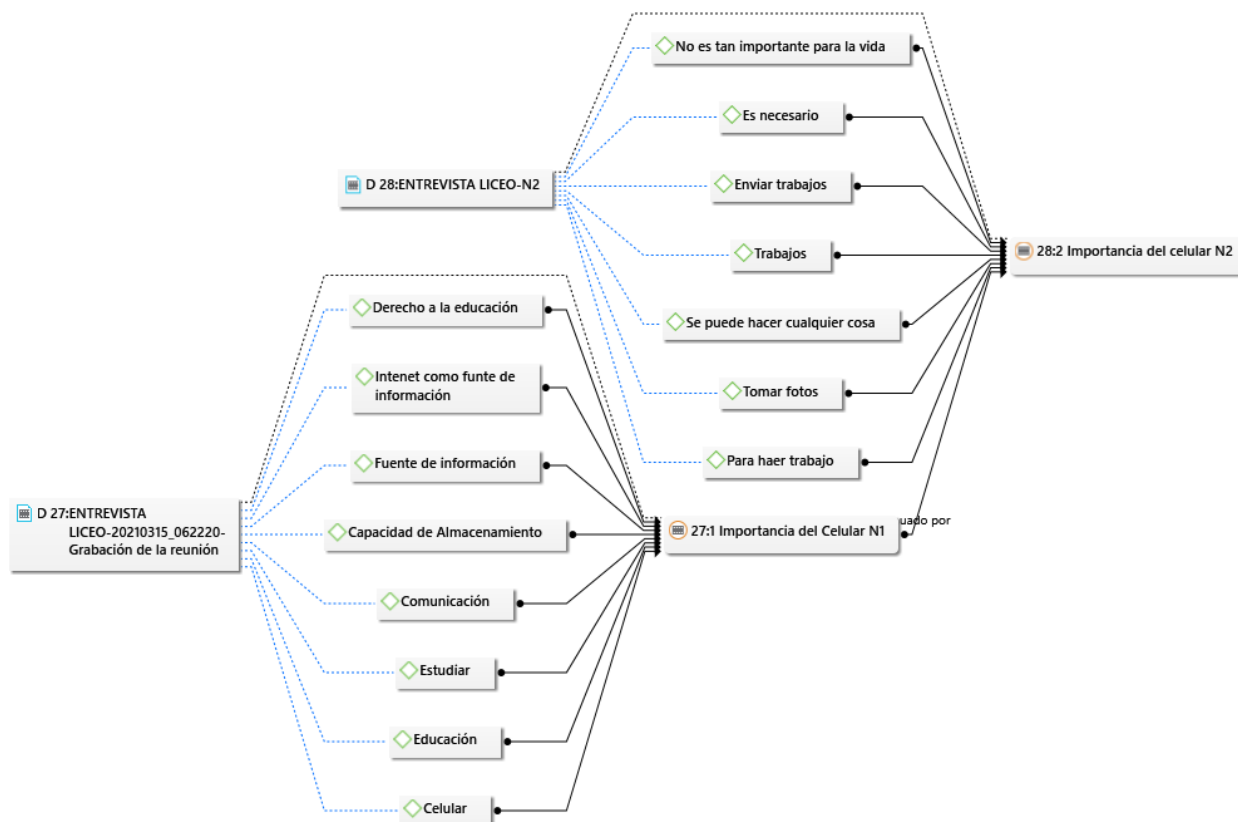
8.3. Motivos del uso del celular

Uno de los objetivos propuestos fue, identificar los diferentes motivos por los que las estudiantes usan teléfonos inteligentes a una edad tan corta, por lo tanto, dentro de la entrevista semiestructurada se realizó la siguiente pregunta con la intención de alcanzar dicho objetivo: ¿Te parece importante tener un celular propio? Si/no, justifica el ¿Por qué? Las respuestas de las participantes fueron analizadas con Atlas.ti. Este proceso consiste en crear una lista de códigos correspondientes a cada respuesta de las participantes, cada código se relaciona a través de una línea punteada con la pregunta fuente que tiene origen en la grabación de la entrevista, para este caso la pregunta se divide en dos partes, cada parte corresponde a una de las dos sesiones grabadas de la entrevista.

Finalmente, el análisis se presenta por medio de una red semántica (ver figura 20), en la que aparecen las respuestas de las entrevistadas en relación con la importancia del celular, tales respuestas reflejan los motivos por los cuales las estudiantes consideran importante tener un celular. Los códigos muestran respuestas como “comunicación” “enviar trabajos” “fuentes de información”, conceptos que se relacionan con el cumplimiento de actividades académicas, lo

que demuestra que el celular se ha configurado como herramienta académica para los sujetos de estudio.

Figura 20 Red Semántica sobre la importancia del celular

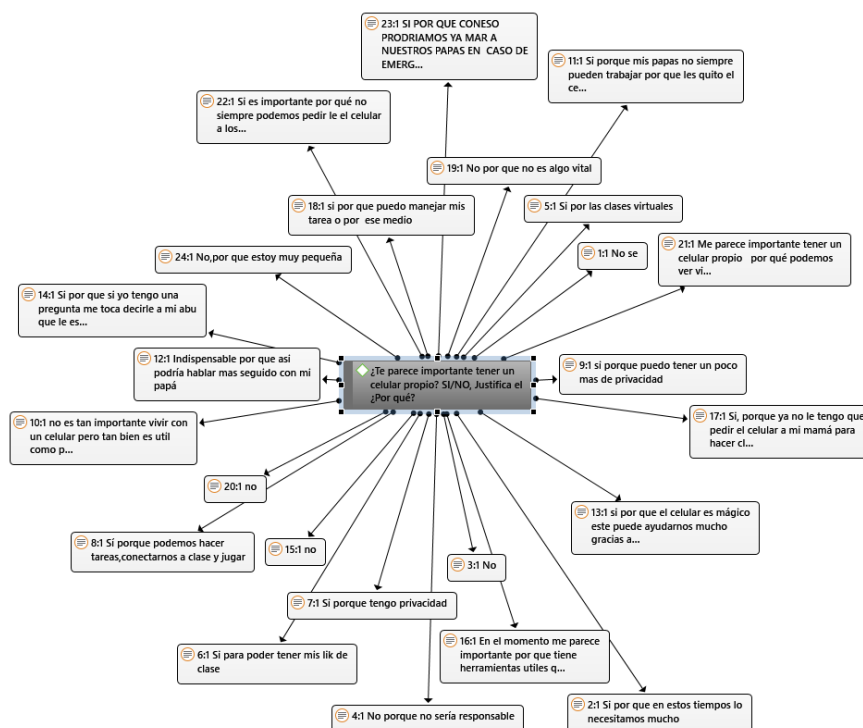


Nota. La figura muestra códigos conceptuales creados a partir de las respuestas de las participantes en la entrevista semiestructurada. Fuente: Elaboración Propia.

Con la intención de realizar un análisis más amplio se crea una segunda red semántica en Atlas.ti, en torno a la misma pregunta, sobre la importancia de los celulares en la vida de las participantes, dicha información se extrajo a partir de uno de los formularios de Google que fueron adaptados de la entrevista original, pero con una participación mayor, 27 estudiantes. A diferencia de la figura veinte, en la figura veintiuno se crea un único código que aparece en color

gris correspondiente a la pregunta, y automáticamente se crean 27 citas correspondientes a las respuestas de cada participante.

Figura 21 Segunda Red Semántica sobre la importancia del celular



Nota. La red semántica recoge todas las respuestas sobre la importancia del celular.
Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las respuestas de las dos figuras anteriores hay una fuerte tendencia sobre la importancia que tiene el celular para facilitar el acceso a la información y contenidos académicos relacionado con las clases virtuales, y la realización de trabajos y tareas. Respuestas como: “podemos hacer tareas, conectarnos a clase y jugar”, o “para poder tener mis lik de clase”, “Si por las clases virtuales” (Entrevista semiestructurada, 2021). se complementan con conceptos clave como: “Estudiar”, “Educación”, “Fuente de información”, “Enviar trabajos” (Formulario Google, 2021) indican una relación importante entre el uso del celular como herramienta para el desarrollo de actividades académicas, aunque se debe resaltar que este trabajo y la población de

estudio estuvo atravesada por la virtualidad escolar producto de la crisis por el Covid-19, por lo que el uso del celular se ha vuelto un requisito importante para asistir a clases virtuales puesto que no todas las estudiantes cuentan con un ordenador en casa.

Dado lo anterior, se hace evidente la importancia del celular como herramienta académica para la población de estudio, su versatilidad y capacidad de conexión son propiedades que han facilitado la continuidad de las actividades académicas en el marco de la virtualidad en tiempos de pandemia, sin embargo, el uso de estos dispositivos debe ser orientada y regulada en los estudiantes, dado que

El teléfono inteligente es una herramienta en constante cambio y expansión, y por lo tanto puede acarrear tanto consecuencias positivas como negativas, y una de ellas puede ser el abuso del mismo, y que éste repercuta en su rendimiento académico y en su proceso de escolaridad (González I. C., 2012).

Así pues, que es posible determinar que uno de los grandes motivos por los que estudiantes de primaria como los de la muestra poblacional encuentran en los teléfonos móviles una herramienta útil, que les permite desarrollar sus actividades académicas y otras más de ocio, por lo que el dispositivo se convierte en una necesidad, motivo por el cual su uso se empieza a dar en edades cada vez más tempranas.

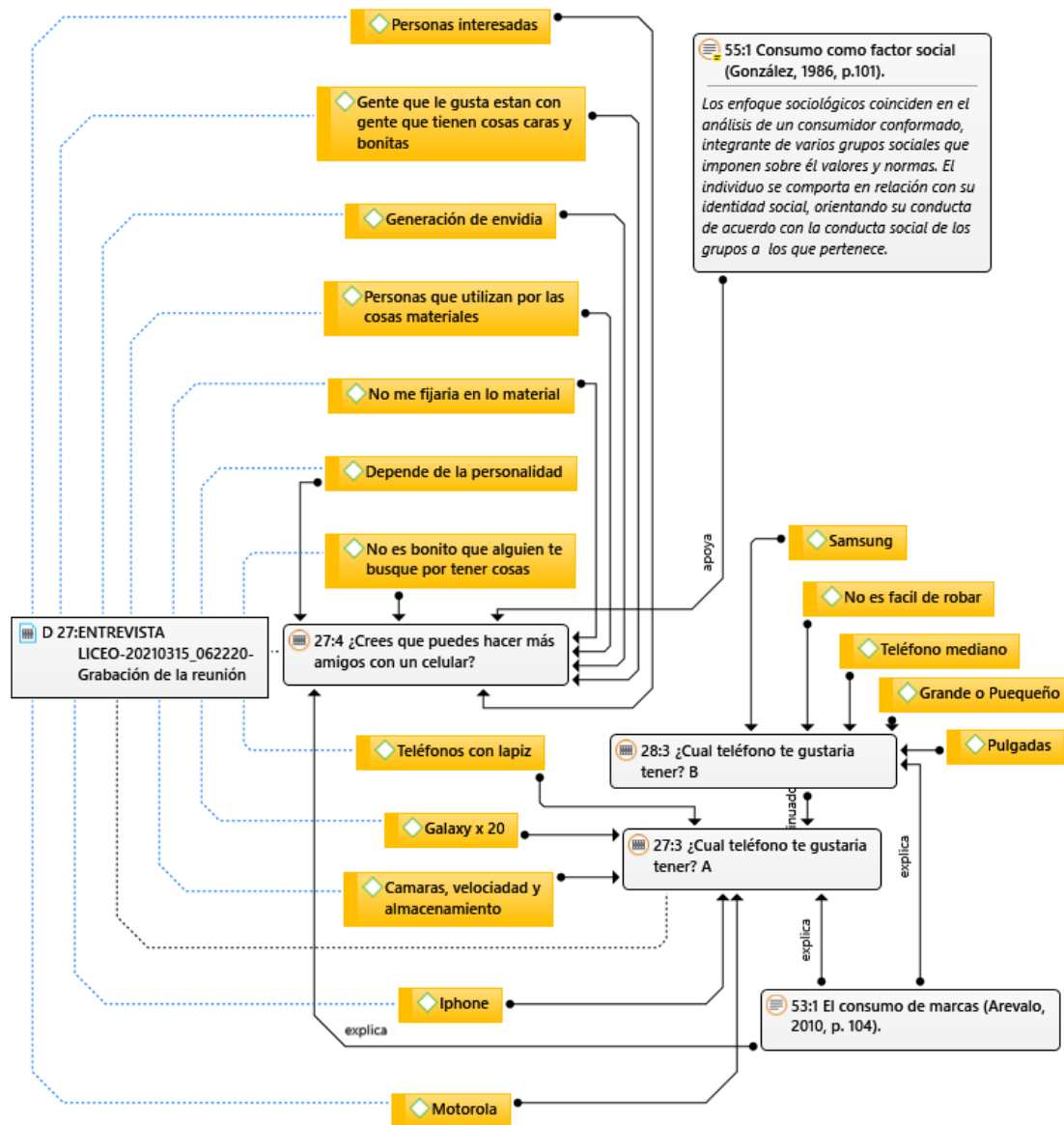
8.4. Relación entre el consumo simbólico y la construcción de las relaciones sociales en los sujetos de estudio

Con el propósito de realizar tal interpretación se realizaron preguntas en la entrevista semiestructurada y formulario de Google que pudieran dar luces sobre la percepción de símbolos culturales de las participantes en el uso y consumo de teléfonos inteligentes. La información recogida se analizó en Atlas.ti, proceso en el cual se delimitan tres preguntas clave en las que

participaron 10 estudiantes en el primer instrumento, y 24 estudiantes más en el segundo. Una vez delimitada la información se presenta un informe que se relaciona con diferentes documentos teóricos referentes al tema de la relación entre el consumo simbólico y la construcción de identidad.

La primera pregunta para esta parte del análisis gira en torno a el concepto de *Marca*, ampliamente usado en la literatura de referencia hacia el consumo simbólico, de igual forma que las partes analíticas antes propuestas se delimita información recogida mediante los instrumentos entrevista semiestructurada y formulario Google, con una participación total de 34 estudiantes quienes dan a conocer su conocimiento sobre las marcas que giran en torno al consumo de teléfonos inteligentes, para así determinar si existe un contenido simbólico inmerso en dicho consumo.

Figura 22 Red Semántica sobre el conocimiento de marcas



Nota. La figura muestra la relación conceptual en torno a dos preguntas diseñadas para identificar la presencia de simbolismos en el consumo de celulares. Fuente: Elanboración propia.

En la parte izquierda de la figura se referencia el tramo de la entrevista de donde se extrajo la cita a partir del video de la entrevista semiestructurada y se crearon los codigos (en color amarillo) a partir de las respuestas de las estudiantes, las dos preguntas realizadas se muestran en la parte derecha (en color gris) adicional justo debajo de la segunda pregunta (en dos partes), aparece una cita de Arevalo (2010) que explica las respuestas en los codigos.

La primera pregunta “¿Crees que puedes hacer más amigos con un celular?” se apoya en la cita de Gozález (1986), quien argumenta que “(...) el consumidor conformado, integrante de varios grupos sociales que imponen sobre él, valores y normas. El individuo se comporta en relación con su identidad social, orientando su conducta de acuerdo a la conducta social de los grupos a los que pertenece” (González, 1986, p. 101). Por lo que la pregunta se realiza con la intención de conocer la percepción frente al consumo de celulares en relación a la construcción de las relaciones sociales dentro de su grupo de pertenencia. Aunque en la entrevista la respuesta generalizada es negativa, es decir que las estudiantes no creen que poseer un teléfono inteligente les facilite hacer más amigos, los códigos extraídos en medio de las respuestas revelan datos interesantes en relación con la afirmación de González. En dichos códigos se hace evidente que los sujetos de estudio reconocen que la tenencia de ciertos dispositivos de marcas específicas puede generar sentimientos como la “envidia” e “interés” en su grupo social, además se hace mención de la “personalidad”, parte fundamental de la identidad de los sujetos. Sumado a ello llama la atención una de las respuestas “Gente que le gusta estar con gente que tiene cosas caras y bonitas” (Entrevista Liceo, fecha). Puesto que los sujetos de estudio reconocen parcialmente la relación cultural y la importancia que tiene la capacidad adquisitiva o tenencia de mercancías de ciertas marcas para que las personas acepten a otros miembros a sus grupos de pertenencia y también sean aceptados.

Continuando con el análisis de la segunda pregunta “¿Cuál teléfono te gustaría tener?” se hace evidente el grado de conocimiento técnico que tienen los sujetos de estudio, dentro de las respuestas se puede resaltar la mención en las respuestas de las principales marcas del mercado de celulares, lo que es evidente en los códigos extraídos de la segunda respuesta, en la que se resaltan “Iphone” “Samsung” “Motorola” “Galaxy x 20” “Cámaras, velocidad y

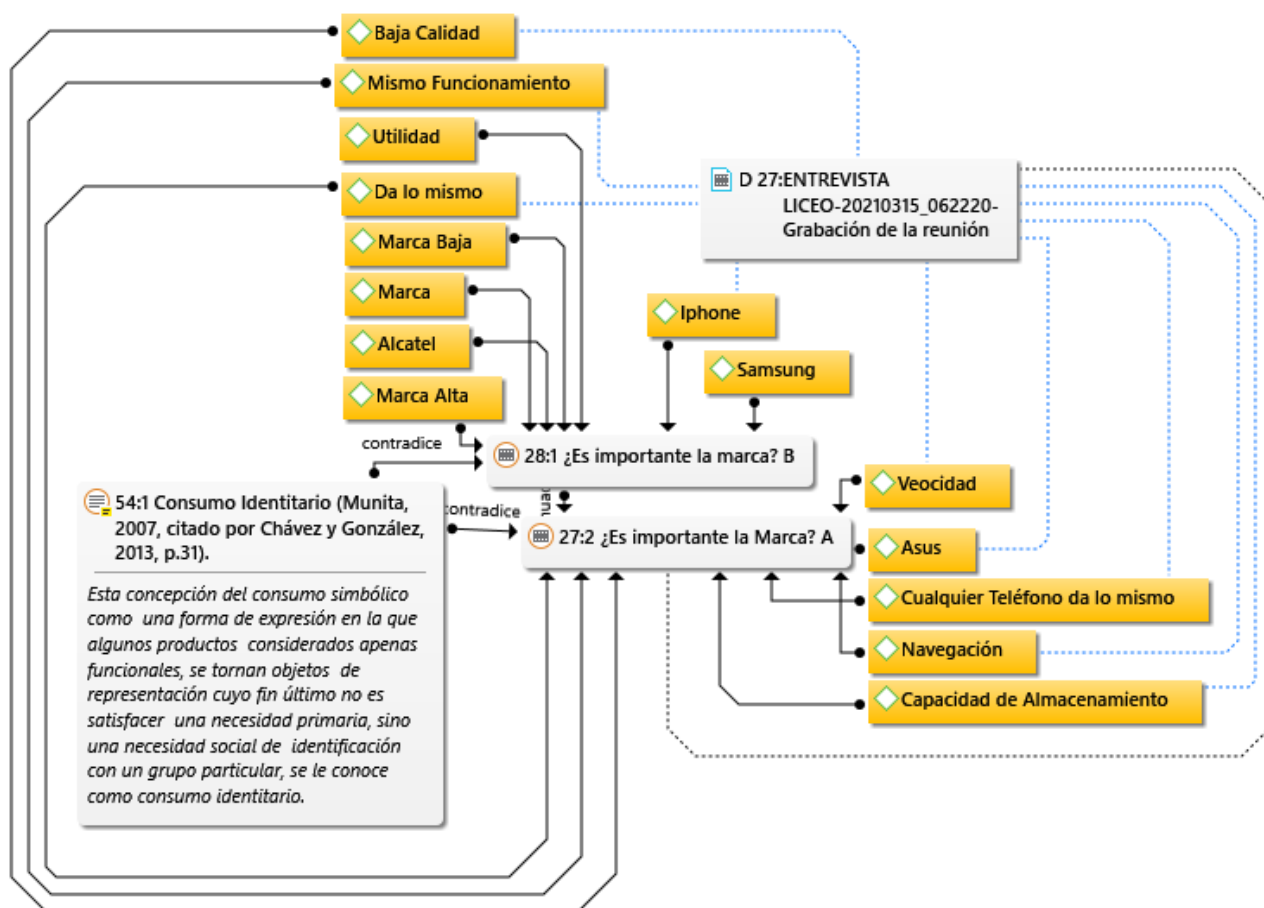
almacenamiento”, solo por mencionar algunas. Dado lo anterior es necesario reconocer que las participantes que están en un rango de edad de entre 8 y 11 años de edad, son consumidores potenciales no solo de estos dispositivos, sino de cualquier mercancía que tenga un valor simbólico o cultural dentro de su entorno social. Aquí es necesario resaltar el papel de las “Marcas” como uno de estos principales símbolos de consumo; por lo que esta parte de la figura veintidos se apoya en Arevalo (2010) quien comenta que

El consumo de marcas de cargado simbolismo social les facilita a los tweens modos de relacionarse con los demás y ser aceptados, lo cual, a su vez, repercute en la construcción y afirmación de su identidad en el proceso de socialización de consumo. Como lo expresa Cushman (citado por Fenollar, 2003, 50), “estamos en una era del ‘self vacío’, época en la cual la alienación y pérdida de comunidad puede ser resuelta por los estilos de vida, de tal manera que el consumidor construye un self comprando e ingiriendo productos ofrecidos por la publicidad. (p. 104).

Por las respuestas recolectadas y su relación teórica con los postulados anteriores a cerca del consumo simbólico es posible precisar que en el presente estudio los sujetos desarrollan rápidamente y en edades tempranas percepciones sobre los símbolos culturales con los que se configuran las mercancías, especialmente los teléfonos inteligentes; constante publicidad proyectada sobre estos sujetos en diferentes espacios puede jugar un papel importante, sobre todo en redes sociales e internet.

Otro punto importante para el análisis sobre el consumo simbólico en los sujetos de estudio se propone con en el gráfico número 23, partiendo de una de las preguntas hechas en la entrevista semiestructurada: “¿Es importante la marca?”, referente a los teléfonos inteligentes.

Figura 23 Red Semántica sobre la importancia de las marcas



Nota. La figura muestra la contradicción teórica entre las respuestas de las entrevistadas y la teoría de referencia sobre el consumo simbólico en Chávez y González (2013). Fuente: elaboración propia.

Según algunos autores que hablan acerca del consumo simbólico, este tiene un propósito mayormente social e identitario y no de funcionalidad o económico, es decir que las mercancías son consumidas por sus símbolos culturales y no por su función o valor real, como se puede observar en la figura veintitrés a través de Chávez y González (2013). “Esta concepción del consumo simbólico como una forma de expresión en la que algunos productos considerados apenas funcionales, se tornan objetos de representación cuyo fin último no es satisfacer una necesidad primaria, sino una necesidad social de identificación con un grupo particular (...)” (p. 31). Postulado que entra en contradicción con las respuestas de los entrevistados puesto que, si

revisamos algunas de las respuestas sobre la pregunta en la figura veintitrés, se puede observar una tendencia hacia cualidades funcionales que sobresalen por encima de las marcas, respuestas tales como “cualquier teléfono da lo mismo” (Entrevista semiestructurada, 2021). “da lo mismo” (Entrevista semiestructurada, 2021). sumado a los códigos que se extrajeron en referencia a la importancia que les dan las estudiantes a las marcas, en las que se resaltan algunos como: “Utilidad” “Capacidad de almacenamiento” (Entrevista semiestructurada, 2021). indican que en la población de este estudio no se genera un consumo guiado por símbolos culturales, sino que prima el consumo del celular por su capacidad funcional.

No obstante, se debe tener presente la percepción de los sujetos de estudio hacía estos símbolos, sobre todo en las marcas, observando detalladamente la figura número veintidós, los códigos creados a partir de las respuestas sobre la pregunta “¿Cual teléfono te gustaría tener?” la mayor parte de las respuestas se inclinan hacia el consumo de marcas específicas, entre ellas algunas de alta gama, en donde además aparecen referencias puntuales de alta gama del mercado de celulares, lo que también se puede observar de forma más clara mediante una nube de palabras creada con Atlas.ti, a partir de las 27 respuestas en la misma pregunta en mención del formulario de Google.

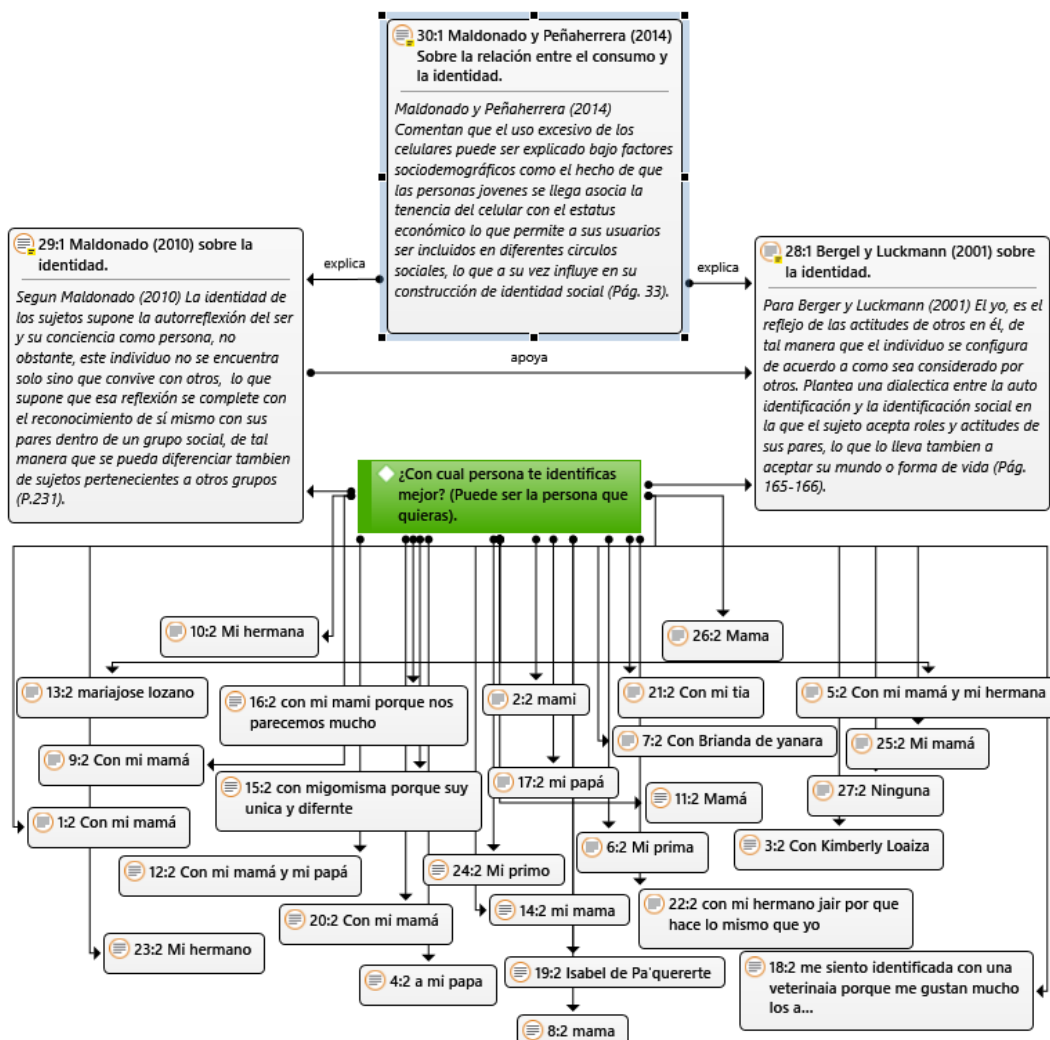
Respecto a la relación entre el consumo simbólico y la construcción de relaciones sociales de los sujetos de estudio, los datos recogidos no muestran evidencias de que el consumo y uso de teléfonos inteligentes sea un indicador que condicione las relaciones sociales que los sujetos de estudio.

8.5. Relación entre el consumo simbólico y la construcción de identidad de los sujetos de estudio

Con el propósito de identificar dicha relación se analizaron tres preguntas estratégicas, las cuales se diseñaron a partir del guion de la entrevista semiestructurada para posteriormente ser aplicadas dentro del formulario Google adaptado de la entrevista en mención. Las respectivas respuestas se exportaron del formulario de Google en un archivo Excel al software Atlas.ti donde se realiza la delimitación de la información y el análisis de datos de cada una de las tres preguntas, una vez allí, el software crea tres códigos para cada pregunta y una cita para cada respuesta correspondiente.

La primera pregunta, “¿Con cuál persona te identificas mejor?”, con una opción de respuesta libre, con el fin de recoger información más detallada. Las respuestas se presentan en la siguiente figura en relación con la postura en dos diferentes autores sobre el concepto de identidad.

Figura 25 Referentes de identidad



Nota. Fuente: Elaboración propia.

La pregunta aparece en color verde y las respuestas textuales justo debajo. La figura se apoya en tres citas diferentes, dos sobre identidad y uno más sobre el consumo de celulares. Al respecto Maldonado (2010) La identidad de los sujetos supone la autorreflexión del ser y su conciencia como persona, no obstante, este individuo no se encuentra solo, sino que convive con otros, lo que supone que esa reflexión se complete con el reconocimiento de sí mismo con sus pares dentro de un grupo social, de tal manera que se pueda diferenciar también de sujetos pertenecientes a otros grupos (p. 231) por lo que las relaciones sociales son determinantes en la construcción identitaria de los sujetos; aquí también aparece Berger y Luckmann (2001) quienes

definen la identidad como el, yo, que es igual al reflejo de las actitudes de otros en él, de tal manera que el individuo se configura de acuerdo a como sea considerado por otros. Estos autores plantean una dialéctica entre la auto identificación y la identificación social en la que el sujeto acepta roles y actitudes de sus pares, lo que lo lleva también a aceptar su mundo o forma de vida (pp. 165-166). Definición que es muy importante dado que el consumo simbólico se presenta en este caso como un acto de reproducción social que se completa a través del uso de celulares, lo que a su vez implica un consumo de símbolos tales como la marca, el costo, y la capacidad misma del dispositivo para ejecutar diferentes aplicaciones donde se realizan actividades de intercambio cultural y social que moldean la identidad de los sujetos.

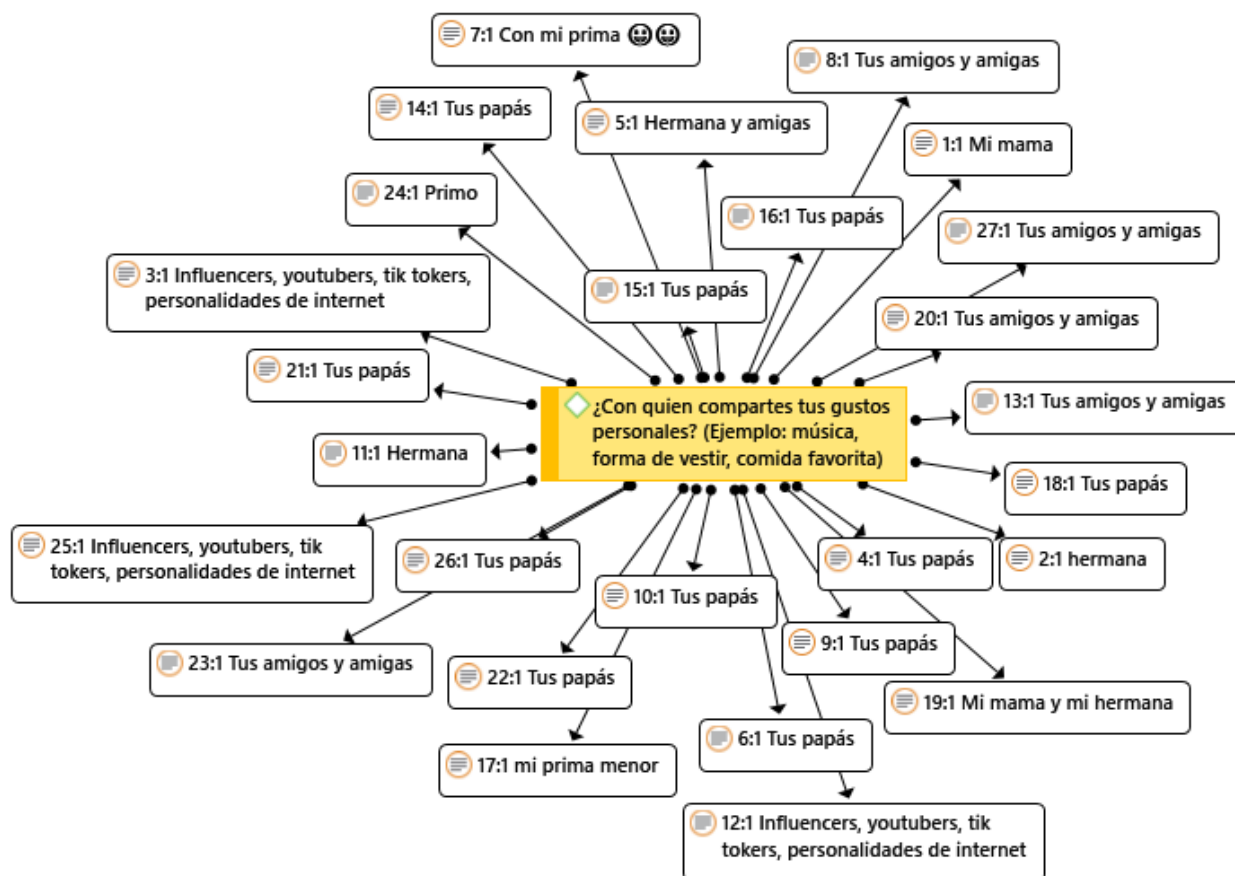
Bajo esta mirada el celular cobra importancia como lo plantea Maldonado y Peñaherrera (2014). El uso excesivo de los celulares puede ser explicado bajo factores sociodemográficos como el hecho de que las personas jóvenes asocian la tenencia del celular con el estatus económico lo que permite a sus usuarios ser incluidos en diferentes círculos sociales, lo que a su vez influye en su construcción de identidad social (p. 33).

En relación con las respuestas recogidas (ver figura 25) se puede observar que los sujetos de estudio tienen un arraigo fuerte de identificación con sus padres o familiares, allí podemos encontrar respuestas tales como: “mamá” “papá” “hermana” “tía” “prima” (Formulario Google, 2021). en repetidas ocasiones, lo que indica que en el rango de edad en la que se encuentran los sujetos de estudio la construcción de identidad es mayormente afectada por las relaciones sociales más próximas, es decir las familiares. Sin embargo, es muy importante resaltar respuestas de única frecuencia como “Kimberly Loaiza” “Isabel de pa’querete” “Brianda de yanara” “mariajose lozano” (Formulario Google, 2021), quienes luego de realizar una búsqueda en internet se pudo verificar que tres de las cuatro personas en mención se desempeñan como

personalidades de internet en diferentes redes sociales como Instagram, YouTube, Tik Tok, y la otra restante es un personaje ficticio de la TV nacional. Estas respuestas indican que en una pequeña porción existe un indicador de identificación identitaria con referentes culturales atravesados por el consumo de redes sociales, lo que se hace evidente con el consumo de aplicaciones para este fin, que al mismo tiempo son de preferencia para los sujetos de estudio (ver figura 19).

Respecto a la pregunta restante, las respuestas fueron similares y apoyan la interpretación dada en el párrafo anterior. (Ver figura 26). En color amarillo aparece la pregunta “¿Con quién compartes tus gustos personales?” Pregunta diseñada en el formulario Google basadas en el guion de la entrevista semiestructurada con opción de respuesta múltiple, más otra opción de libre respuesta. Las opciones incluyeron respuestas como “Tus papás” “Amigos y amigas” “Influencers, youtubers, tiktokers, personalidades de internet” tales opciones tuvieron la intención de conocer, dentro de que grupo social los sujetos de estudio encuentran rasgos de identificación y afinidades personales.

Figura 26 Referentes de Identidad



Nota. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la figura 26 el factor común en las respuestas es “tus papás”, y demás personas del círculo familiar, como hermanos, primos, aunque también aparecen algunas repuestas indicando algunos amigos como personas con las que encuentran afinidades personales; solo tres participantes se inclinaron sus respuestas hacia las personalidades de internet también conocidos como influencers. Por lo que se puede determinar de igual forma que en la pregunta de la figura 25, que los sujetos de estudio, estudiantes de cuarto y quinto grado de primaria en un rango de edad entre los 8 y 11 años de edad construyen su identidad con un fuerte

referente social que se ubica dentro de su círculo más próximo, en este caso su familia, pero donde también hay una participación importante de su círculo social escolar, es decir sus amigos. Más sin embargo no se debe ignorar el factor social externo que empieza a tomar fuerza dentro el desarrollo social de los sujetos de estudio, es decir, toda influencia social y cultural que se da a través de aplicaciones digitales, principalmente redes sociales, lo que representa un lugar virtual donde los usuarios consumen una serie de contenidos con diferentes componentes simbólicos.

El consumo de experiencias en redes sociales como generador de identidad y adherencia a grupos sociales es un fenómeno potencial entre los jóvenes, “Internet y las redes sociales proporcionan una oportunidad ideal para comunicar las experiencias que forman parte de la identidad” (Luna, 2017, p. 42). Por lo que a pesar de que, en la información recolectada en este trabajo, el fenómeno del consumo simbólico frente a la construcción identitaria de los consumidores de redes sociales a través de teléfonos inteligentes es muy baja, sigue siendo una realidad y por lo tanto es necesario reconocer su relevancia dentro de futuras investigaciones.

8.6. Percepción de los maestros del liceo frente a la posibilidad de usar el teléfono inteligente como herramienta pedagógica

El mal uso del teléfono inteligente puede acarrear diferentes efectos negativos para el desarrollo de actividades académicas en los estudiantes, sin embargo, no es intención de este trabajo deslegitimar su uso o consumo, de hecho, un uso adecuado de estos dispositivos puede resultar beneficioso en el proceso de enseñanza aprendizaje, “si bien el teléfono celular es considerado en muchos casos un distractor educativo, también es cierto que ofrece aplicaciones susceptibles de apoyar cualquier modalidad educativa” (Organista et al, 2013, p. 8). Además de ser una herramienta que se ha vuelto de uso casi obligado para algunos estudiantes en el marco de la virtualidad académica derivada del contexto de pandemia conocida como Covid-19.

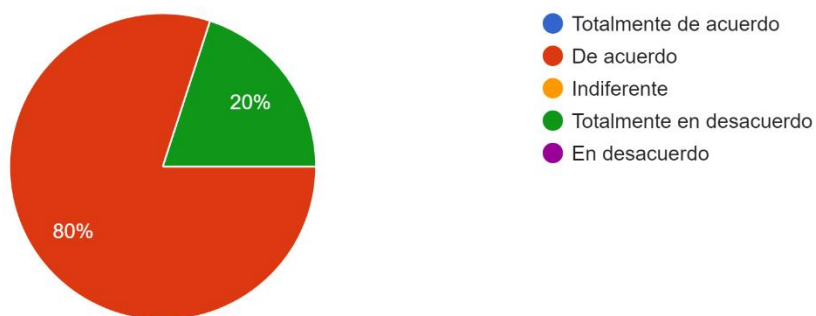
Por tanto, dentro de los instrumentos de recolección de información se diseñó una escala tipo Likert para conocer la percepción de algunos maestros del Liceo Femenino Mercedes Nariño frente al uso del celular por parte de sus estudiantes, dicho instrumento fue adaptado en un formulario Google y conto con la participación de cinco profesores, la información recogida en dicho instrumento será objeto de análisis frente a algunas respuestas de las estudiantes de la muestra poblacional en relación sobre el tipo de uso que le dan al teléfono inteligente dentro y fuera de las aulas de clase.

De esta manera se pretende discutir si existe una aptitud negativa o positiva de los maestros del Liceo frente a la posibilidad de aprovechar el celular como una herramienta pedagógica en relación con las respuestas de los sujetos de estudio.

A continuación, se presentan los resultados sobre la información recabada.

Figura 27 Posición de los maestros frente al uso del celular

1. Cuál es su posición frente al uso de celulares por estudiantes en las aulas de clase.
5 respuestas



Nota. Fuente: Elaboración propia.

La figura 27 recoge la posición de los maestros frente al uso de celulares en las aulas de clase, allí se hace evidente que, existe una postura flexible y positiva sobre el uso de estos dispositivos en las aulas de clase. Sin embargo, se debe resaltar que las respuestas de este

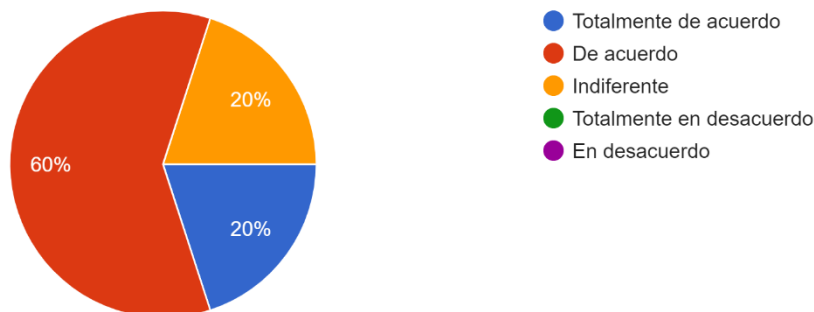
instrumento metodológico estuvieron atravesadas por la virtualidad escolar en el marco del Covid -19, por lo que las estudiantes que no tienen acceso al ordenador en su casa han tenido que usar el celular como herramienta para conectarse de manera remota a las clases virtuales, lo que en sí supone una flexibilidad en el uso de estos dispositivos; la virtualidad ha demostrado que aunque algunos maestros no veían con buenos ojos que sus estudiantes usaran el celular para desarrollar actividades académicas, su posición frente a este uso se ha flexibilizado de forma casi que obligada, los datos recogidos son contundentes, el celular ha cobrado gran protagonismo, se ha vuelto una herramienta sin la que muchas estudiantes no hubiesen podido continuar con sus procesos académicos en el marco de la virtualidad. Lo que hace evidente que los maestros deben encontrar la forma de explotar las bondades que ofrecen los celulares para el desarrollo de sus clases, sin olvidar que las estrategias que se implementen serán determinantes para orientar a los estudiantes a hacer un buen uso de estos dispositivos, la restricción y prohibición ya no es una opción en cuanto al uso de los teléfonos inteligentes, el tema ahora se trata de el aprovechamiento de esta herramienta y de transformar al celular un aliado de los procesos enseñanza aprendizaje.

En otra de las opciones de respuesta de la escala Likert se buscó conocer la aptitud de los profesores del Liceo frente a la posibilidad de aprovechar los celulares como herramienta didáctica en el aula, los resultados se pueden observar en la figura número 28.

Figura 28 Posible aprovechamiento del celular

5. Los teléfonos inteligentes pueden ser aprovechados como herramienta didáctica dentro de las aulas de clase

5 respuestas



Nota. Fuente: Elaboración propia.

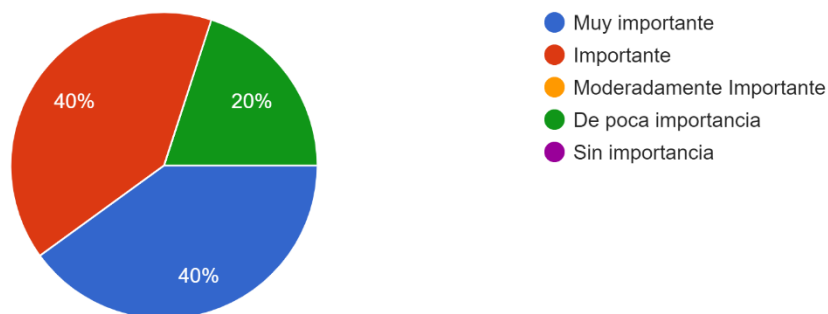
De los participantes el 80% dieron una respuesta positiva frente al aprovechamiento del celular en el aula, mientras que solo un 20% se muestra indiferente. Las respuestas de los maestros son muy importantes ya que pueden revelar en qué medida están identificando las necesidades de sus estudiantes además de mostrar su capacidad adaptativa en cuanto a un cambio abrupto de las prácticas pedagógicas habituales, aquí es importante identificar las necesidades referentes a la virtualidad académica de los estudiantes que participaron en el estudio, sin olvidar que la virtualidad posiblemente puso en evidencia el potencial que ya tenían los celulares como herramientas didácticas antes de los eventos ocasionados por el Covid -19.

La gráfica número 22 muestra la aptitud de los maestros del Liceo sobre el aprovechamiento del celular como herramienta en el aula en el marco de la virtualidad.

Figura 29 Celular como herramienta pedagógica

9. El uso de teléfonos inteligentes es importante para el desarrollo de actividades académicas de acuerdo con las dinámicas que se viven hoy en día en la educación.

5 respuestas



Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se puede apreciar en la figura 29, las aptitudes sobre el aprovechamiento del celular en el aula es positiva, el 80% de los profesores piensa que es importante el dispositivo inteligente para desarrollar actividades en clase, sin embargo un 20% tiene una aptitud negativa o poco interesada, lo que llama la atención si se contrasta dicha información con las información recolectada de las estudiantes que también hicieron parte de la muestra, datos referentes al uso del celular con fines académicos.

Para este fin se realizaron dos preguntas puntuales en el formulario Google, adaptadas de la entrevista semiestructurada (ver figura 30 y 31). En dichas figuras es evidente que gran parte del tiempo que invierten las estudiantes en el teléfono es para estudiar y hacer tareas, por tal razón es importante reconocer que el celular no solamente es un dispositivo de ocio y recreación sino que se ha convertido en una herramienta académica de uso preferencial para las estudiantes de este estudio, también es importante señalar que la virtualidad escolar ha sido una de las principales causas de la intensificación del uso de las TIC, bajo este contexto el celular se lleva el protagonismo por algunas razones simples, como por ejemplo la asequibilidad que estos aparatos

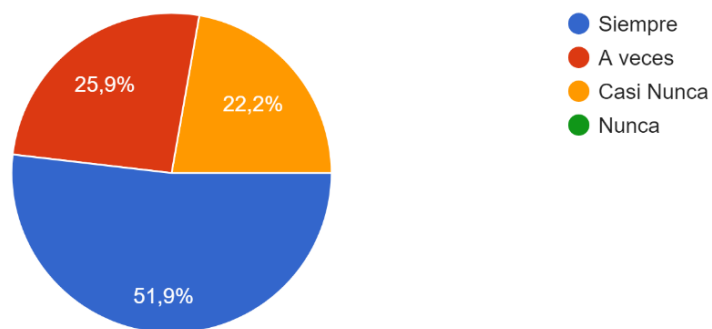
tienen, lo que ha llevado que gran parte de la población tenga acceso a los celulares, otra de las razones es su conectividad inalámbrica a internet, sin olvidar diferentes plataformas de carácter académico que se vienen desarrollando; gracias a la virtualidad una gran cantidad de aplicaciones digitales usadas en educación se han adaptado como Apps que pueden ser usadas en cualquier teléfono móvil, lo que se evidencio en campo a lo largo de este ejercicio de investigación, plataformas como Edupage, Classroom Google, que son usadas para desarrollar cursos enteros tienen una versión para teléfonos inteligentes, a ello se puede sumar herramientas como Wordwall o Kahoot que permiten desarrollar actividades escolares de cualquier tema escolar, en ese sentido es necesario hacer una revisión crítica sobre el tipo de prácticas que se llevan a cabo en clase, por lo que es importante reflexionar si la educación está respondiendo a las transformaciones sociales que se vienen imponiendo como efecto de la digitalización y virtualidad.

En concordancia con los datos presentados en las figuras 30 y 31, que revelan la frecuencia con la que las estudiantes usan el teléfono inteligente para realizar actividades académicas, en la figura 30 más del 50%, manifestó que siempre usan el dispositivo para hacer tareas escolares, mientras otro 25.9% más lo usa con menos frecuencia para este fin, y otro 2.2% hacen un uso muy poco frecuente, sin embargo, lo que llama la atención sobre estos datos es que el 100% de las participantes usan el teléfono inteligente para diligenciar tareas escolares. La pregunta de la figura 31 tuvo un espectro más amplio de respuesta, se incluyeron más opciones con el fin de conocer más a fondo los usos del celular por parte de las participantes, la frecuencia de uso fue dominante en cuanto a las actividades académicas, 50% usa el teléfono para estudiar y otro 20.8% más para desarrollar tareas escolares. Dado lo anterior es posible hacer un contraste analítico sobre el 20% de los maestros participantes en la escala tipo Likert, que tiene una aptitud

de poca importancia sobre el aprovechamiento del celular en el aula, lo que evidencia que aunque es la porción más pequeña existe una resistencia de adaptabilidad de los profesores del Liceo hacia la incorporación de estos dispositivos, además de hacer ver las dificultades existentes para identificar las necesidades especiales que se presentaron a las estudiantes en el marco de la virtualidad efecto del Covid-19, al respecto (Medina, Fadul, & López, 2016) comentan que el celular es una alternativa tecnológica pedagógica que no se aprovecha adecuadamente por los maestros; estos dispositivos facilitan a los estudiantes compartir y elaborar trabajos haciendo correcto uso de sus aplicaciones, la cámara permite tomar evidencias reales del medio ambiente, naturaleza, contaminación; por medio de los QR acceder rápidamente a videos educativos, entrada a museos y diccionarios virtuales, y por su puesto asistir a video conferencias, sin embargo, los docentes se resisten a usar los celulares en las aulas al ser considerados un distractor causante de indisciplina de los estudiantes.

Figura 30 Usos del celular

¿Con que frecuencia usas el celular para hacer tareas?
27 respuestas

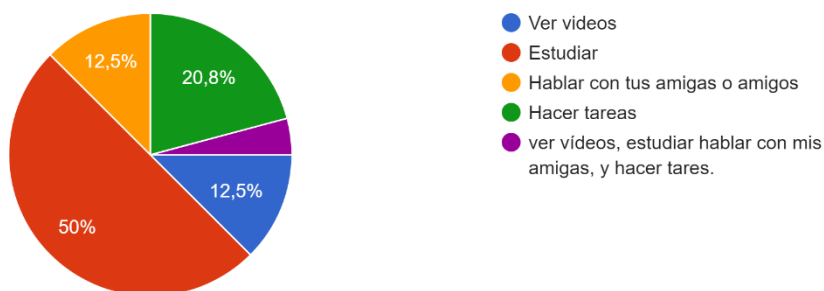


Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 31 Otros usos del celular

¿Cuál es el principal motivo por el que usas el celular?

24 respuestas

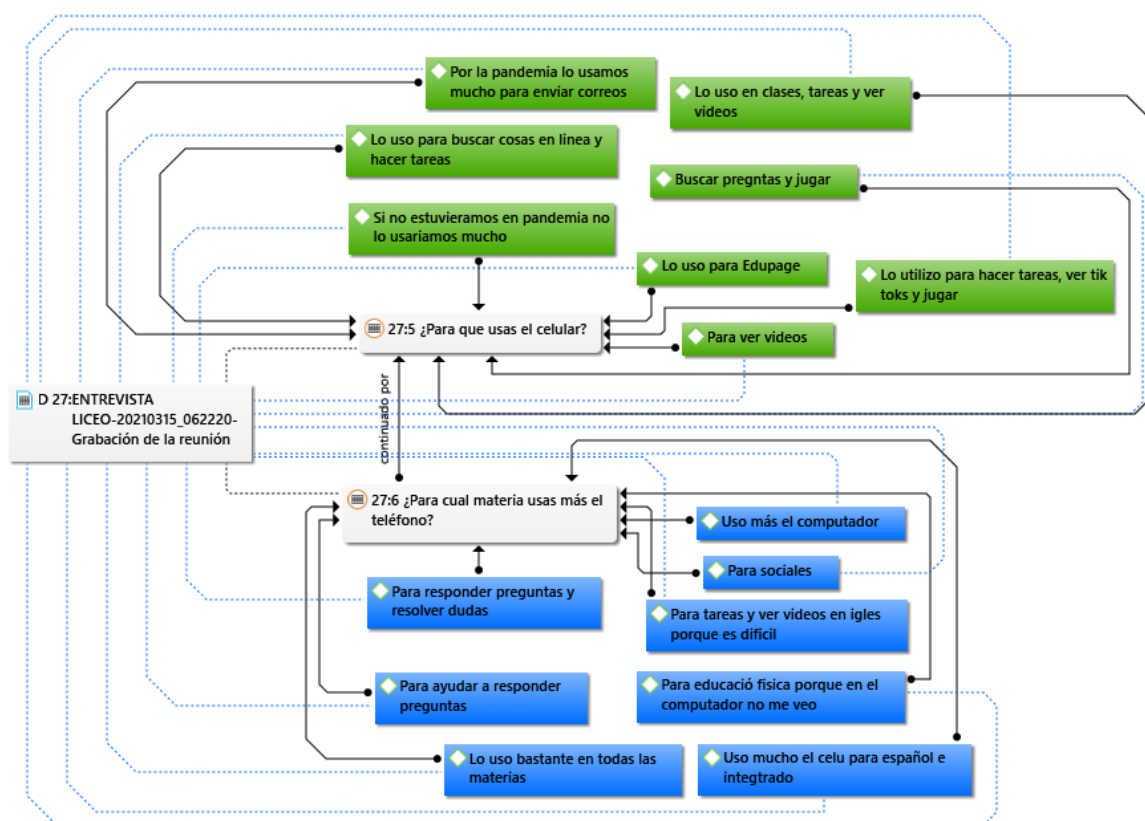


Nota. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos presentados en este trabajo es necesario reconocer que los teléfonos inteligentes tienen todas las capacidades físicas y tecnológicas para ser aprovechados como herramientas didácticas, su uso en lo pedagógico es una necesidad que es reconocida por los profesores que participaron en este estudio, razones suficientes para replantear la forma en la que se ha condenado el uso del celular, si bien es cierto que un mal uso del celular puede afectar el desarrollo normal de las actividades escolares de los niños también es cierto que dentro de los currículos, planes de estudio o estrategias pedagógicas revisadas en este trabajo no se hallaron estrategias orientativas que conduzcan a los alumnos a hacer un buen uso del celular, por tanto es necesario señalar que esta es una necesidad pedagógica que debe ser atendida y a la que se extiende la invitación de ser abordada en futuras investigaciones, lo que puede ser una gran contribución para la educación en el marco de la virtualidad y digitalización.

Para finalizar con el análisis de datos se presenta a continuación la última red semántica donde se recogen algunas de las respuestas de las entrevistas que evidencian las necesidades virtuales que se han desarrollado a partir de la escolaridad virtual:

Figura 32 Diversos usos del celular



Nota. Fuente: Elaboración propia.

Con ayuda del software Atlas.ti es posible extraer respuestas textuales de la grabación de uno de los instrumentos usados para la recolección de datos, la entrevista semiestructurada, que contó con la participación de ocho estudiantes. En color verde aparecen las respuestas de la pregunta “¿para qué usas el celular”, en la mayor parte de las respuestas se hace evidente algún tipo de uso académico del teléfono, respuestas como: “lo uso para edupage” “hacer tareas” “Buscar preguntas y jugar” evidencian que el celular se ha convertido en una herramienta relevante para el desarrollo de actividades académicas para las estudiantes. Una respuesta muy puntual hace referencia al acceso a Edupage, plataforma virtual oficial del Liceo Femenino Mercedes Nariño, institución educativa en la que estudia la muestra poblacional, lo que ratifica la importancia de este dispositivo, el cual en medio de un contexto como el de la virtualidad ha

cochado una alta relevancia en el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes, lo que también es evidente en las respuestas de las participantes, “por la pandemia lo usamos mucho para enviar correos” “si no estuviéramos en pandemia no lo usaríamos mucho”, este tipo de respuestas espontaneas en medio de la entrevista son la muestra clara de las necesidades tecnológicas que se han creado a razón de la virtualidad y que son satisfechas de manera eficiente a través de los teléfonos móviles.

En cuanto a la segunda pregunta, “¿Para cual materia usas más el celular?” las respuestas muestran que el celular es útil para realizar tareas en todas las áreas del conocimiento, incluso en educación física, materia en la que una de las participantes menciona su utilidad por la versatilidad que le brinda el dispositivo y su cámara integrada “Para educación física porque en el computador no me veo”.

En consecuencia, es posible determinar según los datos de análisis, que el celular es una herramienta con gran potencial didáctico que cuenta con difieres herramienta que no siempre son bien aprovechadas por los maestros, si bien su uso es polémico dados los factores adversos mencionados en capítulos anteriores. Darle un enfoque adecuado a su uso es tarea de los profesores, tal y como lo dice Medina (2016) “(...) para usar el celular en función del aprendizaje (...) el desempeño que muestre el docente [es vital] a partir de las habilidades digitales que tenga para transformar las estrategias didácticas en el aula, acorde al contexto tecnológico actual” (p. 24) incentivar el uso responsable de los teléfonos en los estudiantes puede contribuir a procesos pedagógicos significativos, donde los maestros tienen un papel determinante, puesto que son ellos quienes actúan como guía en el proceso de enseñanza aprendizaje haciendo hincapié en la población a la que conciernen estas, prácticas, jóvenes

estudiantes de primaria de quinto grado del Liceo Femenino Mercedes Nariño de la ciudad de Bogotá, quienes a lo largo de este trabajo se vieron afectados por la virtualidad escolar.

9. Conclusiones

Luego del análisis de datos y en concordancia con los objetivos propuestos para este ejercicio investigativo podemos plantear las siguientes conclusiones:

- Con base en los postulados teóricos abordados, las habilidades sociales son un factor importante para el buen desempeño escolar también conocido como rendimiento académico, factor que a su vez es atravesado por el consumo simbólico, puesto que afecta la forma en la que los individuos se relacionan e identifican entre sí, lo que también afecta la construcción de identidad individual. Los datos obtenidos en este trabajo en relación con el objetivo general demuestran que los sujetos de este estudio son consumidores activos de la sociedad, sin embargo en el rango de edad en el que se encuentra la muestra poblacional los datos no evidencian que el consumo de celulares u otras mercancías afecte las relaciones sociales de los sujetos y por tanto su rendimiento escolar, no obstante los sujetos de estudio identifican de manera clara símbolos culturales de las mercancías como las marcas, y también son conscientes de las relaciones sociales que se tejen a partir de dicho consumo, por tanto es posible afirmar que esta población puede ser vulnerable al fenómeno del consumo simbólico en otras etapas de su vida, lo que puede lo que podría afectar su proceso de enseñanza aprendizaje en el futuro.
- Respecto al análisis sobre las posibles causas del por qué la muestra poblacional usa teléfonos inteligentes a tan corta edad, se encontró que su uso se justifica

principalmente por la necesidad de las estudiantes de conectarse a clases virtuales y realizar tareas escolares, subrayando que dicho uso pudo haber crecido considerablemente en el marco de la virtualidad académica.

- Los datos recogidos tanto en entrevista semiestructurada como en formularios de Google evidencian que los sujetos de estudio usan de diferentes formas los teléfonos inteligentes, uno de los principales usos, es académico, no obstante, también se hace un alto consumo de aplicaciones de ocio y recreación como redes sociales, lo que resulta en un factor de distracción frente a las actividades académicas.
- Referente a la construcción de identidad y el consumo simbólico los datos recogidos sugieren que los referentes identitarios de la muestra poblacional se encuentra en mayor grado dentro de su círculo familiar, los individuos en este rango de edad se identifican con sus padres, hermanos, primos y en otros casos con amigos cercanos, sin embargo una pequeña parte de la población se siente identificada con personalidades de internet, lo que puede deberse a un alto consumo de diferentes aplicaciones digitales como las redes sociales.
- Frente a la percepción que tiene los maestros sobre el posible aprovechamiento del celular en el aula, la información recabada mediante los instrumentos metodológicos permite reconocer que los profesores que participaron en el estudio en su mayoría muestran una aptitud abierta y coherente frente al uso e implementación de las TIC, resaltando el celular como una posible herramienta para desarrollar actividades en el aula.

- En cuanto a la posibilidad de aprovechar el teléfono inteligente como herramienta didáctica en el aula, la literatura analizada concuerda con la información recolectada a través de entrevistas y formularios; en ambos se identifican necesidades académicas de los estudiantes, que pueden ser satisfechas con dispositivos móviles a través de sus diversas herramientas. Sin embargo, dicha implementación debe estar acompañada por estrategias didácticas lideradas por los maestros para que los celulares sean utilizados en función del proceso enseñanza aprendizaje, puesto que existe el riesgo de que un mal uso afecte negativamente dichos procesos.
- Finalmente a modo de reflexión se hace una invitación desde el ejercicio investigativo para abordar las diferentes problemáticas que afectan de diversos modos el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes producto de la digitalización y el fenómeno de consumo que se genera alrededor de este, puesto que la mayor parte de la literatura abordada a lo largo de este trabajo tiene un origen extranjero, lo que llama la atención sobre la poca relevancia que se le presta desde los diferentes escenarios pedagógicos dentro del contexto nacional.

10. Recomendaciones

- El presente trabajo pretende abrir nuevos espacios investigativos sobre el fenómeno del consumo y sus efectos sobre la vida académica y personal de los estudiantes, relación que se pudo establecer únicamente de forma teórica sobre la literatura existente, sin embargo los pocos hallazgos indican que la relación entre el consumo simbólico de celulares u otras mercancías y el rendimiento académico

de los estudiantes se podría establecer de forma más precisa con una población en un rango de edad superior, por ejemplo en los últimos dos años del bachillerato.

- Dado que el 100% de la muestra poblacional es consumidora en diferentes grados de teléfonos inteligentes, abordar diferentes fenómenos alrededor de este consumo es pertinente y necesario, diferentes estudios consultados en este trabajo sugieren que existen riesgos sobre el uso excesivo de estos dispositivos, y posibles efectos negativos sobre el desarrollo cognitivo de los niños. Por lo que la investigación en Colombia debe prestar atención a estas problemáticas.
- El fenómeno del consumo simbólico no es ajeno a los estudiantes colombianos, el crecimiento exponencial de los canales comerciales publicitarios que invaden la cotidianidad de los sujetos a través del uso de dispositivos inteligentes como el celular hacen que los jóvenes tengan un papel activo como consumidores cada día en edades más cortas, por lo que se debe prestar especial atención a la normalidad con la que se concibe desde la escuela el uso indiscriminado de celulares e internet.
- Por tanto, se recomienda que se creen espacios pedagógicos que promuevan el buen uso de dispositivos digitales inteligentes, para ser aprovechados desde lo académico sin condenar su uso, involucrando a toda la comunidad educativa, así padres de familia, estudiantes y maestros pueden sacar provecho de sus bondades.
- Abordar ejercicios investigativos en el marco de la virtualidad supone un reto para el investigador, la mayoría de herramientas metodológicas existentes pueden ser adaptadas para obtener mejores resultados recabando información, además existen elementos teóricos valiosos como los de la etnografía virtual que junto con

herramientas de análisis de datos como Atlas.ti, se convierten en aliados clave para llevar a cabo investigaciones con resultados significativos.

- Se recomienda hacer un análisis profundo sobre las bondades del celular con el fin de facilitar y orientar su uso dentro de las aulas de clase. Dada la transformación educativa volcada hacia la virtualidad en el marco de la pandemia se hace necesario reconocer la importancia de este dispositivo el cual ha sido clave para el desarrollo de actividades escolares, lo que ha sido demostrado por este estudio.
- Otra de las grandes oportunidades que se abre con la inclusión del teléfono inteligente como herramienta didáctica es el tema de la educación sobre el consumo, como lo muestran los resultados, el celular tiene un gran potencial didáctico y pedagógico, no obstante sigue siendo un objeto de consumo que gira alrededor de símbolos, significados, culturales y sociales que fomentan el consumo irresponsable a las personas desde su niñez ; por tanto dar la relevancia ética desde lo pedagógico a estas formas de consumo, es una necesidad para el educando de hoy.
- Los nativos digitales, como son llamados los estudiantes de hoy por algunos teóricos, son una generación que se está desarrollando socialmente en gran parte desde la virtualidad, lo que supone un cambio de paradigma en cuanto a su construcción social. La internet posibilita a estos sujetos compartir y acceder a información que se escapa de los medios de comunicación tradicionales, y también de la escuela, por tanto, el lugar virtual se configura como un espacio donde los jóvenes tienen la posibilidad de escuchar otras voces, pensar y

repensarse su realidad desde distintas perspectivas, lo que los empodera como ciudadanos desde la virtualidad. Esta nueva lógica representa una enorme oportunidad en diferentes áreas educativas, sociales, éticas y filosóficas, el perfecto caldo de cultivo para renovar el campo investigativo que conduzcan a la interpretación y planteamientos de nuevos paradigmas sociales y educativos que contribuyan a dar luz a una sociedad cada día más fragmentada y sumida en la individualidad.

Referencias

- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (2012). Redes sociales y jóvenes. Eso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Revista Científica de Educomunicación*, 20(40), 127-135. doi:<http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- Álvarez, C. (2011). El interés de la etnografía escolar en la investigación educativa. *Estudios Pedagógicos (valdivia)*, 267-279. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052011000200016>
- Aradas, A. (25 de Febrero de 2014). *Ya puede comprar un buen teléfono inteligente por menos de US\$50*. Obtenido de BBC NEWS MUNDO:
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/02/140225_smartphone_barato_congreso_barcelona_am
- Arévalo, S. E. (2010). ¡Dime qué marca usas y de diré quien eres! Cosificación de los tweens por el marketing de marca. *Tesis de Maestría*. Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.
- Baños, R., Mar, M., Baena, A., & Tristán, J. (2017). Satisfacción, motivación y rendimiento académico en estudiantes de secundaria y bachillerato: antecedentes, diseño, metodología

- y propuesta de análisis para un trabajo de investigación. *Revista Digital del Profesorado Cuevas-Oula (Almería)*, 40-49.
- Bauman, Z. (2007). Consumo vs Consumismo. En Z. Bauman, *Vida de Consumo* (págs. 46-76). Ciudad de México: Fondo de Cultura económica .
- Berger, P., & Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorroutu.
- Bruna, B., Júnior, J., & Karla, A. (2019). Consumo Simbólico e Influenciadores digitales: Un estudio de caso en el perfil de Thaynara OG en Instagram. *Mídia e Cotidiano*, 315-334.
- Buckingham, d. (2012). Repensando el niño consumidor: nuevas prácticas, nuevos paradigmas. *Medios de comunicación y comunicación con el consumidor*, 43-72.
- Bustelo S, E. (2007). *EL RECREO DE LA INFANCIA Argumentos para otro comienzo*. Siglo veintiuno editores.
- Cabanillas, C. L. (2018). Uso del celular y rendimiento académico en estudiantes de la escuela profesional de derecho, universidad nacional Pedro Ruiz Gallo Lambayeque. *Tesis de Maestría*. Escuela de postgrado Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Peru.
- Chablé, E. M. (2009). El taller como estrategia para el fortalecimiento y desarrollo de los valores en el niño preescolar. *Tesis de Maestría*. Universidad Pedagógica Nacional, Ciudad del Carmen, México.
- Chavéz, S., & González, L. (2013). Consumo Simbólico: una perspectiva socio cultural en la comprensión del comportamiento del consumidor. *Revista iberoamericana de Psicología Ciencia y Tecnología*, 27-33.
- Cuba, A. C. (2016). Uso de celulares con internet y rendimiento académico de los estudiantes universitarios. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad de Lima, Lima.

- Cuevas, Y. (2016). Recomendaciones para el estudio de representaciones sociales en investigación educativa. *Revista electrónica de ciencias sociales*, 109-140.
- Díaz, L., Torroco, U., Mildred, M., & Varela, M. (2013). Investigación en Educación Médica. *Educación Médica*, 162-167. doi:[https://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72706-6](https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72706-6)
- Duarte, A. (06 de abril de 2021). *ATLAS.ti 9 - ¿Cómo CODIFICAR paso a paso de manera INDUCTIVA?* Obtenido de YOUTUBE:
https://www.youtube.com/watch?v=m7IkphCHvYM&t=593s&ab_channel=Metodolog%C3%ADadelaInvestigaci%C3%B3npasoapaso
- Echeburúa, E., & Corral, d. P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 91-96.
- Fanila, A., Minami, H., & Izquierdo, M. (2013). La escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Perspectivas Docentes*, 31-40.
- Fenollar, P., & Ruiz, S. (2002). *Efectos de los medios de comunicación, la imagen social de la publicidad y los "otros" en el consumo simbólico*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Garbanzo, G. (2007). Factores sociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios, una reflexión desde la calidad de la educación superior pública. *Educación*, 43-63.
- García, M. O. (2014). Uso Pedagógico del Celular en el Aula. *Tesis de Maestría*. Universidad del Tolima, Ibagué.
- González, I. C. (2012). Estudio sobre el uso y abuso del teléfono móvil en alumnos de educación primaria. *Trabajo de grado de maestro de educación primaria*. Universidad Internacional de La Rioja, Logroño, España.
- González, J. A. (1986). Publicidad y consumo simbólico. *Infancia y Aprendizaje*, 35-36, 99-108.

- Hamui, S. A., & Varela, R. M. (2012). Metodología de la Investigación en Educación Médica La técnica de grupos focales. *Elsevier*, 55-60.
- Hernández, S. R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). Mexico D.F.: Mc-Graw Hill.
- Hernández, V. I. (28 de Octubre de 2020). "Los 'nativos digitales' son los primeros niños con un coeficiente intelectual más bajo que sus padres". Obtenido de BBC NEWS MUNDO: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-54554333>
- Hilt, A. J. (2019). Dependencia del celular, hábitos y actitudes hacia la lectura y su relación con el rendimiento académico. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 103-116.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Lira, M., Reyes, P., Reyes, U., Perea, A., Lira, Hernández, S., . . . Colón, F. (2017). ¿Es el whatsApp un distractor en el rendimiento escolar de los estudiantes de medicina? *Boletín Clínico Hospital Infantil del Estado de Sonora*, 26-34.
- Lobato, A. (2013). Representaciones Sociales y didáctica: construcción teórica de un espacio común. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 277-295.
- Luna, C. G. (2017). La influencia del consumo simbólico en la intensidad de uso de las redes sociales digitales y el valor percibido de las experiencias. *Innovar*, 37-50.
- Maldonado, A., & Hernández, A. (2010). Proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 229-251.
- Maldonado, F., & Peñaherrera, D. (2014). Relación entre el uso excesivo del teléfono celular (Smartphones) con el nivel de ansiedad, rendimiento académico y grado de satisfacción personal en estudiantes de la facultad de medicina de la puce. *Disertación previa para la*

- obtención del título de médico cirujano*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Marañón, C. O. (2012). Redes Sociales y Jóvenes: Una Intimidación Cuestionada en Internet. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 1-16.
- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*, 243-248.
- Matínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. *Revista perfiles libertadores*, 73-80.
- Medina, R., Fadul, J., & Lopéz, R. (2016). El uso del celular en el proceso pedagógico: reto y desafío a la labor docente. *Revista Conrado*, 19-25.
- Meneses, T., & Cardozo, J. (2014). La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. *Revista Encuentros*, 93-103.
doi:<https://doi.org/10.15665/re.v12i2.272>
- Morales, P. D. (2011). Mundos Simbolicos. *Pensamiento y Gestión*, 7-10.
- Navarro, R. E. (2003). El Rendimiento Académico: Concepto, Investigación y Desarrollo. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1-15.
- Oliva, H. A. (2017). La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario. . *Realidad y Reflexión*, 29-47.
- Organista, J., Salas, L., & Lavigne, G. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica. *Apertura*, 6-19.
- Ortiz, R. R. (2004). Tecnocultura y sujeto cyborg esbozos de una tecnopolítica educativa. *Nomadas*, 70-86.

- Paredes, N., Hurtado, S., & Rebolledo, D. (2018). Uso del teléfono celular como distractor del provecho de enseñanza - aprendizaje. *Enfermería Investiga*, 166-171.
- Portés, E. V. (2015). Un modelo de construcción de la identidad postmoderna desde la perspectiva del consumo simbólico. El creativo publicitario junior como caso de estudio. (*Tesis Doctoral*). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Quintero, J. R. (2007). *Teoría de las necesidades de Maslow*. Obtenido de Webnode: http://files.franklin-yagua.webnode.com.ve/200000092-e266ae35e3/Teoria_Maslow_Jose_Quintero.pdf
- Reyes, Y. (2003). Relación entre el rendimiento académico, la ansiedad ante los exámenes, los rasgos de personalidad, el autoconcepto y la asertividad en estudiantes de primer año de psicología de la UNMSN. *Tesis para optar por el título de psicólogo*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). Mexico D.F.: McGraw Hill Education.
- Soriano, R. A. (2014). Diseño y Validación de instrumentos de medición. *Diálogos*, 19-40.
- Universidad de la Salle. (2015). *Virtudes en la Escuela Reflexiones, prácticas, discursos*. Bogotá: Ediciones Unisalle.
- Vargas, L. P. (2012). Consumo, Identidad y Política. (*Tesis Doctoral*). Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Vásquez, R. A. (2008). Individualismo, Modernidad Líquida y Terrorismo Hipermoderno; de Bauman a Sloterdijk. *Konvergencias: Revista de Filosofía y Culturas en Diálogo*, 122-130.

Lista de Figuras

Figura 1 Línea de Investigación.....	12
Figura 2 Modelo de Vertebración.....	42
Figura 3 Taller Didáctico	102
Figura 4 Formulario Google taller tic	102
Figura 5 Guion grupo focal.....	104
Figura 6 Guion Entrevista Semiestructurada	106
Figura 7 Formulario Escala Likert.....	108
Figura 8 Adaptación del formato de validación.....	109
Figura 9 Validación Taller Didáctico.	110
Figura 10 Validación Escala Likert	110
Figura 11 Primer Análisis Exploratorio Consumo Simbólico	116
Figura 12 Análisis Exploratorio: Rendimiento Académico.....	118
Figura 13 Análisis Exploratorio Rendimiento Académico y Uso del Celular.....	119
Figura 14 Red Semántica Habilidades Sociales.....	120
Figura 15 Red Semántica Rendimiento Académico y Habilidades Sociales.....	121
Figura 16 Tenencia de Teléfonos en sujetos de estudio	123
Figura 17 Uso del Celular.....	126
Figura 18 Percepción Personal del Celular.....	127
Figura 19 Preferencia de Aplicaciones Móviles	128
Figura 20 Red Semántica sobre la importancia del celular.....	132
Figura 21 Segunda Red Semántica sobre la importancia del celular.....	133

Figura 22 Red Semántica sobre el conocimiento de marcas.....	136
Figura 23 Red Semántica sobre la importancia de las marcas.....	139
Figura 24 Nube de palabras sobre la preferencia del celular	141
Figura 25 Referentes de identidad	143
Figura 26 Referentes de Identidad	146
Figura 27 Posición de los maestros frente al uso del celular	148
Figura 28 Posible aprovechamiento del celular	150
Figura 29 Celular como herramienta pedagógica	151
Figura 30 Usos del celular	153
Figura 31 Otros usos del celular	154
Figura 32 Diversos usos del celular	155

Lista de tablas

Tabla 1 Sobre el Consumo Simbólico	53
Tabla 2 Marcos metodológicos de abordaje	81
Tabla 3 Participación de la muestra	111
Tabla 4 Línea de tiempo desarrollo metodológico	114

Lista de Anexos

Anexo 1 Guion Taller Didáctico.....	170
Anexo 2 Guion Entrevista Semiestructurada.....	174
Anexo 3 Guion Grupo Focal.....	176
Anexo 4 Guion Escala Likert.....	178

Anexo 5 Consentimiento Informado Entrevistas	181
--	-----

Anexos

Anexo 1 Guion Taller Didáctico



Liceo Femenino Mercedes Nariño

Taller de Ciencias Sociales para grado Cuarto

Nombre: _____

Fecha: _____



INTRODUCCIÓN A LAS TIC

El Liceo Mercedes Nariño siguiendo el plan de educación en casa, debido a la emergencia global de salud por el (COVID-19), ha preparado este material didáctico para garantizar la continuidad en los procesos de orden académico de las estudiantes.

Objetivo:

El desarrollo de este taller tiene como objetivo obtener datos que puedan indicar la relación entre el rendimiento académico y el consumo simbólico de celulares

Tiempo:

Primera parte: 10min

Segunda Parte: 20 min

Tercera Parte: 25min

ACTIVIDADES:

Primera parte:

Observa el video con atención y responde las siguientes preguntas:

- 1. ¿Qué son las TIC?**
- 2. ¿Qué tienen que ver con las actividades académicas?**

La Internet y la Educación:



Segunda parte:

LAS TIC:

Las llamadas TIC, son una sigla que hace referencia a las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Son todos los recursos o herramientas que se usan para el intercambio de información, este intercambio se hace por medio de elementos tecnológicos, como: Computadores, Teléfonos Inteligentes o Celulares, Televisores Inteligentes, Tabletas, entre otros.

¿Qué información?

- Noticias
- Contenidos Educativos
- Comercio
- De Comunicación como Chats, Llamadas en línea
- De ocio como el caso de las Redes sociales
- Artísticos, por ejemplo, contenido musical o de video

Características:

Las tecnologías TIC son de fácil uso lo que permite el intercambio de información, con el uso de internet los usuarios pueden enviar y recibir mensajes instantáneamente desde cualquier lugar del mundo, también son de gran utilidad, ya que facilitan diferentes actividades y se adaptan, como por ejemplo la calculadora o cámara fotográfica integrada en los teléfonos.

Su principal función es facilitar el acceso a la información rápidamente, a cualquier usuario de las TIC, es decir a cualquier persona que tenga acceso a internet a través de alguna de las tecnologías ya mencionadas, los usuarios pueden descargar contenidos como libros, películas, música, entre otros.

Algunos de sus beneficios son:

- Permite el desarrollo de la salud y educación
- Amplía la cobertura educativa
- Permite el comercio virtual

Todas estas características y puntos fuertes han posicionado a las TIC como uno de los pilares básicos para la sociedad moderna.

Tercera parte:

De acuerdo con lo aprendido responde esta pequeña encuesta, recuerda que no hay respuestas correctas o erróneas, lo que importa es lo que piensas.

1. ¿Qué es lo que más te gusta de las tecnologías de la información y la comunicación?
2. ¿Cuál tecnología te gusta más y por qué?

3. ¿Qué sitios o aplicaciones de internet te gustan más y por qué?
4. Haz una lista de las 5 aplicaciones de internet que más te gustan.

REFERENCIAS:

Qué son las TIC y para qué sirven. (2019). Universidad Latina de Costa Rica.

<https://i.ulatina.ac.cr/blog/qu3-son-las-tic-y-para-que-sirven>

Educlíc. (2014, 21 octubre). *Educlíc: La importancia de las TIC 's en la educación.* YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=h40pXhuyNRM&feature=emb_title&ab_channel=Educlíc

Anexo 2 Guion Entrevista Semiestructurada



ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA:

Se necesita consentimiento informado de padres de familia.

Presentación:

El docente en formación Francisco Alexander Burbano, quien cursa séptimo semestre en la Licenciatura en Ciencias Sociales en la Universidad Antonio Nariño, desarrolla este ejercicio de carácter investigativo como parte de la práctica pedagógica 2020. Dentro de las actividades programadas dentro de la práctica se propone la siguiente entrevista para las estudiantes del Liceo Mercedes Nariño.

Los datos recolectados son para uso exclusivo académico, por lo que la información personal de las participantes no será divulgada, o utilizada de ninguna forma que pueda vulnerar los derechos plenos de las estudiantes.

El cuestionario de la entrevista debe ser desarrollado con la supervisión de los padres de familia, en donde se resalta que se debe evitar la intromisión en la respuesta de cada pregunta, es decir, cada estudiante puede expresar libremente en cada respuesta sus propios pensamientos, sentimientos libremente.

Las preguntas pretenden recoger datos que luego serán analizados con el fin de aportar teóricamente a la investigación en educación, en la que el propósito es reflexionar sobre los diferentes fenómenos sociales que alcanzan a nuestras estudiantes, tanto a la muestra como a todos los estudiantes en general. De esta manera realizar interpretaciones actualizadas, pertinentes de acuerdo a la realidad que viven los estudiantes en escenarios educativos, posibilitando a los docentes hacer nuevas apuestas en cuanto a las estrategias que usan en las aulas, y así poder mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje de los y las estudiantes.

Objetivo general de la entrevista:

Identificar el significado de la posesión de teléfonos inteligentes para los estudiantes, así como reconocer si existe relación entre estos significados y el desarrollo de sus actividades académicas. Además, determinar si estos factores tienen alguna incidencia en la construcción identitaria de los sujetos.

Dirigido a:

Estudiantes de cuarto de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño.

Tiempo aproximado de la entrevista: 20 a 25 minutos.

Recursos empleados: Guión de la entrevista y Correo Electrónico.

Entrevista de Investigación:

Fecha: miércoles 28 de octubre de 2020

Nombre:

Edad:

Curso:

Cuestionario:

Guión:

Eje de análisis: Posible significado de los teléfonos

1. ¿Qué piensas de estas tecnologías? (televisores y teléfonos inteligentes, internet)
2. ¿Qué tan importante es para ti tener un celular con acceso a internet?
3. ¿Es importante la marca de los celulares?
4. ¿Cuáles marcas de celulares te gustan más?
5. Si pudieras elegir un teléfono, el que sea, ¿cuál elegirías?
6. Si tus papás te prohibieran usar el celular para siempre ¿Cómo te sentirías? (cuánto tiempo podrías estar)
7. ¿Crees que puedes tener más amigos si tienes un teléfono con internet?

Eje de análisis N°2: Relación con el rendimiento académico

8. ¿Alguna vez has usado el celular para hacer tareas?
9. En cuál de las siguientes asignaturas (materias) podrías usar un teléfono inteligente para hacer tareas con mayor facilidad, y ¿por qué?
 - Español

- Inglés
- Sociales
- Matemáticas
- Ciencias Naturales

10. ¿Piensas que es más fácil o más difícil hacer tareas con el celular o el computador?
11. ¿Cuándo haces las tareas del colegio piensas en jugar en el celular o usar redes sociales?

Eje de análisis N°3: Construcción de la identidad

12. ¿Qué es lo que te hace diferente de tus amigos y compañeros?
13. ¿En qué cosas te identificas con tus amigos y compañeros?
14. ¿Tienes preferencias con tu forma de vestir?
15. ¿Qué lugares te gusta frecuentar más?
16. ¿Hay alguna persona que sea tu modelo a seguir en la vida?
17. ¿Cuál es tu música favorita?
18. ¿Cuál es el sueño que quieres cumplir?
19. ¿Hay algo que no te guste de otras personas?

Anexo 3 Guion Grupo Focal



GRUPO FOCAL:

Introducción:

El docente en formación Francisco Alexander Burbano, quien cursa séptimo semestre en la Licenciatura en Ciencias Sociales en la Universidad Antonio Nariño, desarrolla este ejercicio de carácter investigativo como parte de la práctica pedagógica 2020. Dentro de las actividades programadas al interior de la práctica se propone la siguiente entrevista para las estudiantes del Liceo Mercedes Nariño.

Los datos recolectados son para uso exclusivo académico, por lo que la información personal de las participantes no será divulgada, o utilizada de ninguna forma que pueda vulnerar los derechos plenos de las estudiantes.

Las preguntas pretenden recoger datos que luego serán analizados con el fin de aportar teóricamente a la investigación en educación, en la que el propósito es reflexionar sobre los diferentes fenómenos sociales que alcanzan a nuestras estudiantes, tanto a la muestra como a todos los estudiantes en general. De esta manera realizar interpretaciones actualizadas, pertinentes de acuerdo a la realidad que viven los estudiantes en escenarios educativos, posibilitando a los docentes hacer nuevas apuestas en cuanto a las estrategias que usan en las aulas, y así poder mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje de las estudiantes.

Objetivo general:

Discutir acerca de las percepciones que tienen los profesores del Liceo Femenino Mercedes Nariño de la jornada mañana acerca del uso de teléfonos inteligentes por estudiantes de cuarto de primaria y su posible relación con el desempeño académico.

Dirigido a: Profesoras y profesores del Liceo Mercedes Nariño de la jornada mañana.

Tiempo aproximado: 2 sesiones de 45 min.

Número de Participantes: Entre 4 y 6

Recursos empleados: Plataforma Google Meet, Correo Electrónico.

Grupo Focal de Investigación:

Fecha:

Nombre:

Presentación:

En esta parte el moderador se presenta, al igual que cada integrante del grupo, se explica el motivo de la reunión. Se pedirá autorización verbal para el encuentro grupo focal y su respectivo registro. Además, se indica que cada quien tendrá la palabra, para intervenir se anunciara a través del chat, se resalta que si en cualquier momento del diálogo alguien tiene una opinión diferente es importante que la haga saber al grupo.

Rompe Hielo:

El moderador realiza algunas preguntas personales al grupo, su nombre completo, experiencia profesional, edad, como le gusta que los llamen, si tienen hijos, y otras más que puedan surgir. Todo ello para generar confianza con el grupo, (todos participan)

Preguntas de apertura:

1. ¿Qué piensan sobre el desarrollo tecnológico de nuestros días?
2. ¿Qué piensan en general de los teléfonos inteligentes?

Preguntas específicas:

1. ¿Qué piensan sobre el uso de los celulares en el aula de clase?
2. ¿Creen que se puedan usar como herramienta para los procesos de enseñanza aprendizaje?
Si/no ¿Por qué?
3. Según su experiencia como docente ¿Cuál creen que es el significado de los teléfonos

inteligentes para los estudiantes?

4. ¿Pueden los teléfonos inteligentes y sus contenidos (internet, redes sociales, chats, juegos) incidir en el desarrollo de la personalidad de sus estudiantes?

5. ¿Debería haber una edad establecida en la que los estudiantes se les permita usar o poseer teléfonos inteligentes libremente?, si no por qué
6. ¿Ha utilizado teléfonos para desarrollar actividades académicas con sus estudiantes?
7. Están los teléfonos prohibidos por el colegio donde trabaja
8. ¿Cree que los teléfonos inteligentes pueden volverse una adicción?

Preguntas de cierre:

1. ¿Recomendaría controlar o limitar a los estudiantes el uso de teléfonos inteligentes a los padres de familia?
2. ¿Cree que debería existir algún tipo de contenido dentro del currículo que advierta a los estudiantes los peligros y ventajas del uso de teléfonos inteligentes?

Agradecimiento por la participación:

Se agradece de manera verbal la participación en la actividad a cada participante, se resaltan los aportes, y se obsequia un pequeño llavero personalizado con el nombre del participante o de algún ser querido.

Anexo 4 Guion Escala Likert



ESCALA TIPO LIKERT

Presentación:

El docente en formación Francisco Alexander Burbano, quien cursa séptimo semestre en la Licenciatura en Ciencias Sociales en la Universidad Antonio Nariño, desarrolla este ejercicio de carácter investigativo como parte de la práctica pedagógica 2020. Dentro de las actividades programadas dentro de la práctica se propone la siguiente escala tipo Likert para los profesores del Liceo Femenino Mercedes Nariño.

Los datos recolectados son para uso exclusivo académico, por lo que la información personal de las participantes no será divulgada, o utilizada de ninguna forma que pueda vulnerar los derechos plenos de las estudiantes.

La recoger datos que luego serán analizados con el fin de aportar teóricamente a la investigación en educación, en la que el propósito es reflexionar sobre los diferentes fenómenos sociales que alcanzan a nuestras estudiantes, tanto a la muestra como a todos los estudiantes en general. De esta manera realizar interpretaciones actualizadas, pertinentes de acuerdo a la realidad que viven los estudiantes en escenarios educativos, posibilitando a los docentes hacer nuevas apuestas en cuanto a las estrategias que usan en las aulas, y así poder mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje de los y las estudiantes.

Objetivo general:

Identificar las actitudes de los profesores del Liceo Mercedes Nariño frente al uso de teléfonos inteligentes en las aulas de clase.

Dirigido a:

Profesores de primaria del Liceo Femenino Mercedes Nariño.

Tiempo aproximado: 15 a 20 minutos.

Recursos empleados: Google forms, Correo Electrónico.

Fecha: miércoles:

Edad:

Escolaridad:

Cuestionario:

Por favor marque con una x el grado de acuerdo o desacuerdo según las siguientes afirmaciones:

- 1.Cuál es su posición frente al uso de celulares por estudiantes en las aulas de clase.
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo

2. Considera usted que el uso de teléfonos inteligentes dentro de los entornos educativos y aulas de clase es adecuado.
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo

3. Los teléfonos inteligentes determinan en el desarrollo de la identidad de las estudiantes

- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
4. El uso de teléfonos inteligentes afecta de manera negativa el rendimiento académico de los estudiantes
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
5. El uso de teléfonos inteligentes afecta de manera positiva el rendimiento académico de los estudiantes
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
6. Los teléfonos inteligentes pueden ser aprovechados como herramienta didáctica dentro de las aulas de clase
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
7. Las redes sociales y otros contenidos de internet suponen un referente cultural para los estudiantes
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Imparcial
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
8. El tiempo que invierten los estudiantes en el uso del celular afecta la calidad de las actividades académicas

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Imparcial
- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo

9. Aplicaciones de chats y redes sociales representan una distracción que afecta el rendimiento académico de las estudiantes

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Imparcial
- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo

Por favor marque con una x cuál es el grado de importancia de las siguientes situaciones:

10. El acceso a los teléfonos inteligentes es importante para la interacción social de las estudiantes

- Muy importante
- Importante
- Moderadamente Importante
- De poca importancia
- Sin importancia

11. El grado de influencia de los contenidos simbólicos “modas, música, influencers, marcas, etc.” al que acceden las estudiantes mediante la internet y redes sociales es importante en la construcción identitaria, y gestación de amistades para las estudiantes

- Muy importante
- Importante
- Moderadamente Importante
- De poca importancia
- Sin importancia

Anexo 5 Consentimiento Informado Entrevistas



Bogotá

Marzo de 2021

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA

En el marco de la práctica pedagógica que se viene adelantando desde el año 2020 en el Liceo Femenino Mercedes Nariño por estudiantes de últimos semestres de la Licenciatura en Ciencias Sociales de la Universidad Antonio Nariño. Se han realizado diferentes actividades dentro de los espacios de las clases de ciencias sociales, que complementan los requisitos para la obtención del título como licenciados.

Por esto, el estudiante Francisco Alexander Burbano Ramírez identificado con el código estudiantil N° 10151726057, quien cursa el último semestre del plan de estudios, requiere como parte de dichas actividades, realizar algunas entrevistas a las alumnas del Liceo, con las que ya viene trabajando.

Estas entrevistas son de carácter netamente académico, los datos recolectados servirán como insumo para el desarrollo de la investigación titulada: **Relación entre el consumo simbólico de celulares y el rendimiento académico de estudiantes de cuarto de primaria del Liceo Mercedes Nariño de la localidad Rafael Uribe Uribe de la ciudad de Bogotá.**

La cual tiene como objetivo determinar si existe una relación entre el consumo y uso del celular y el rendimiento académico de las estudiantes, así como establecer una discusión sobre el posible aprovechamiento pedagógico de los teléfonos inteligentes en las aulas de clase.

Las preguntas de la entrevista pretenden recoger datos que luego serán analizados con el fin de aportar teóricamente a la investigación en educación, en la que el propósito es reflexionar sobre los diferentes fenómenos sociales que alcanzan a nuestras estudiantes, tanto a la muestra como a todos los estudiantes en general. De esta manera realizar interpretaciones actualizadas, pertinentes de acuerdo a la realidad que viven los estudiantes en escenarios educativos, posibilitando a los docentes hacer nuevas apuestas en cuanto a las estrategias que usan en las aulas, y así poder mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje de los y las estudiantes.

La entrevista debe ser desarrollada a través de la plataforma Microsoft Teams o Google Meet, con la supervisión de los padres de familia. Aquí se resalta que se debe evitar la intromisión en la respuesta de cada pregunta, es decir, cada estudiante puede expresar libremente en cada respuesta sus propios pensamientos, sentimientos libremente.

Declaro que se me ha explicado la participación de la estudiante _____ en la entrevista, para el estudio **“Relación entre el consumo simbólico de celulares y rendimiento académico (...)”** que consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución.

Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de audio para su posterior transcripción y análisis.

Adicional, se me ha asegurado que la información que entregue estará protegida por el anonimato y la confidencialidad.

Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto un informe, para ser presentado como parte del trabajo de grado del docente en formación Francisco Alexander Burbano Ramírez, identificado con la cedula de

ciudadanía 1.0163.609.308 de Bogotá.

He leído esta hoja de Consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Nombre y firma del padre
o acudiente del estudiante.