



COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Discriminación a través del uso del teléfono celular entre estudiantes de la  
Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc**

TRABAJO RECEPTACIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA  
**JAVIER ZENTENO DELGADO**

Director del trabajo recepcional  
**Mtro. Juan Arellano Alonso**

Ciudad de México, marzo del 2017

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

#### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.



Agradezco a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México por el apoyo otorgado para la impresión y empastado de este trabajo recepcional.

## DEDICATORIA

El presente trabajo recepcional se lo dedico a mis padres quienes han estado conmigo acompañándome y brindándome su apoyo incondicional en mi camino académico.

A mis hermanos por sus palabras de aliento y motivación en todos los momentos difíciles al cursar mi formación universitaria

A mis sobrinos por ser la razón de mi esfuerzo arduo y continuo cada día.

# Índice

## 1. Presentación

Introducción.....	9
-------------------	---

## 2.- Planteamiento del problema

2.1 Presentación del problema social que abordará el Plan de Comunicación.....	14
---	----

2.2 Exposición de la problemática en relación a la Comunicación y/o Cultura.....	16
---	----

2.3 Planteamiento técnico-conceptual del problema comunicativo que atenderá el Plan de Comunicación.....	17
---	----

2.4 Marco conceptual que sostiene el problema comunicativo y que orienta la investigación.....	17
---	----

2.5 Delimitación de la problemática en relación tiempo-espacio-sujetos.....	20
---	----

2.6 Pregunta de investigación desde lo comunicativo.....	21
--	----

## 3. Diagnóstico

3.1 Estrategia metodológica para la búsqueda de información.....	23
--	----

3.2 Selección, justificación y descripción del universo- población objeto de estudio.....	24
--	----

3.3 Selección y justificación de las técnicas de investigación.....	24
---	----

3.4	Diseño de instrumentos metodológicos.....	25
3.5	Análisis e interpretación de resultados.....	29
3.6	Replanteamiento o confirmación del problema.....	51
<b>4. Propuesta estratégica del Plan de Comunicación</b>		
4.1	Descripción y justificación de la estrategia comunicativa a implementar..	56
4.2	Metas a corto, mediano y largo plazo.....	57
4.3	Beneficiarios del Plan de Comunicación.....	59
4.4	Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos de los beneficiarios.....	59
4.5	Desarrollo de la estrategia a partir de un programa táctico.....	61
4.6	Descripción de la estrategia con relación a las tácticas que se sugieren para llevarse a cabo.....	62
4.7	Criterios de viabilidad y factibilidad.....	63
4.8	Elaboración de presupuesto.....	64
4.9	Diseño de bocetos.....	65
4.10	Cronograma.....	88
<b>5. Propuesta de Evaluación del Plan estratégico y táctico</b>		
5.1	Selección y justificación de técnicas e instrumentos de evaluación.....	90

5.2 Presentación del instrumento de evaluación.....	90
5.3 Alcances y límites del Plan de Comunicación.....	92
5.4 Reflexiones éticas sobre el Plan de Comunicación.....	93
5.5 Conclusiones generales.....	95
Fuentes de consulta.....	100
Anexos.....	104



## 1. Presentación

### Introducción

En los últimos años la tecnología ha avanzado a pasos agigantados dentro de la industria de la telefonía móvil, los teléfonos celulares en la actualidad permiten realizar todo tipo de operaciones con sólo deslizar el dedo en la pantalla, por ejemplo, transacciones bancarias, enviar mensajes de texto o voz, pedir el servicio de taxi, tomar fotografías o video. El teléfono celular pasó de ser un lujo que no todas las personas podían tener a una herramienta tecnológica indispensable en la vida de los seres humanos.

Con el uso cotidiano del teléfono celular entre las personas se ha comenzado, desde hace tiempo, a generarse problemas sociales y de comunicación en los consumidores de tecnología, la comunicación se ha transformado y se ha llevado a plataformas digitales donde se permite el envío de un mensaje, el cual puede ser escrito, como nota de voz o simplemente una imagen, entre dos o más personas simultáneamente.

Hoy en día los jóvenes, tienen un concepto de comunicación virtual<sup>1</sup>, que es llevado a través de interfaces electrónicas, donde sea el lugar en que se encuentren, el mensaje es recibido en tiempo real si se encuentra con conexión a internet,

---

<sup>1</sup> Comunicación virtual: Intercambio de información y/o datos en entornos virtuales

La tecnología aún no tiene cabida en todos los jóvenes, pues por falta de recursos económicos, no saber usar un teléfono de última generación, mejor conocidos como teléfonos *Smartphone*<sup>2</sup>, no saber de las nuevas tendencias en telefonía celular o simplemente porque no les gusta usar un teléfono con amplias aplicaciones digitales no tienen un vínculo directo con la tecnología que la mayor parte de los jóvenes puede tener, esto basado en las encuestas realizadas.

Esta falta de contacto con la tecnología celular, ha generado entre los jóvenes universitarios la discriminación<sup>3</sup> por no estar en las mismas condiciones tecnológicas entre compañeros, pues ahora es sencillo y rápido estar en una clase a través de aplicaciones que permitan tener una video llamada, escuchar la cátedra del profesor las veces que el alumno lo requiera si es que grabó la voz, mandar las tareas escolares entre compañeros o llanamente tener comunicación entre compañeros universitarios a través de la amplia gama de comunicación digital.

Los jóvenes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México en su campus Cuauhtémoc, no están exentos de tener esta problemática social, donde la discriminación es un factor que limita comunicación entre los alumnos de esta casa de estudios.

Al ver la problemática social que enfrentan en silencio los alumnos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, es que se

---

<sup>2</sup> Teléfono celular con conexión a internet, pantalla plana y táctil, permite tener acceso a servicios por medio de aplicaciones.

<sup>3</sup> Este proceso debe entenderse como una práctica cotidiana que consiste en dar un trato desfavorable o de desprecio inmerecido a determinada persona o grupo. Los efectos de la discriminación en la vida de las personas son negativos y tienen con la pérdida de derechos humanos y la desigualdad para acceder a ellos, lo cual puede orillar al aislamiento, a vivir violencia e incluso, en casos extremos, a perder la vida.

decide realizar una investigación sobre si el teléfono celular es el responsable de producir y reproducir la discriminación entre los estudiantes de esta Universidad. Se toma como un gran nicho de oportunidad, ya que, actualmente no se han realizado acciones para disminuir este problema.

A continuación se muestra un Plan de Comunicación basado en una investigación con una metodología cuantitativa. Los objetivos de la investigación son detectar y evidenciar si el uso del teléfono celular y sus aplicaciones de comunicación son los responsables de producir y reproducir la discriminación entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, y diseñar un plan estratégico efectivo dentro dicho campus para disminuir la discriminación por el uso del teléfono celular desarrollar tácticas adecuadas para fortalecer la comunicación entre los estudiantes de la UACM Cuauhtémoc y disminuir la discriminación que se produce y reproduce por el uso del teléfono celular.

El Plan de Comunicación esta conformado por cinco apartados, presentación, planteamiento del problema, diagnóstico, propuesta estratégica y evaluación. En la Presentación, se realiza un breve contexto de la situación de la problemática social y una introducción al contenido del Plan de Comunicación.

En el segundo apartado se encuentra la investigación que da sustento a cada una de las estrategias y tácticas propuestas en el Plan de Comunicación. La metodología es de corte cuantitativo, con base en la técnica de encuesta descriptiva.

En el tercer apartado se muestra el diagnóstico de la investigación y el trabajo de campo que se realizó dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc en un periodo de 9 meses de trabajo.

En el cuarto apartado se encuentra la propuesta estratégica, en este podemos encontrar el desarrollo de cada una de las estrategias y las tácticas que se escogieron para su implementación, además se muestran los diferentes bocetos que corresponden a cada estrategia y táctica, así como quiénes serán los beneficiarios directos e indirectos del Plan de Comunicación.

Por último en el quinto apartado se muestra una propuesta de evaluación al plan estratégico y táctico, los alcances que puede tener el Plan de Comunicación, las reflexiones éticas y las conclusiones generales. Al final del Plan de Comunicación se encuentran las fuentes de consulta y los anexos de la investigación.



## 2. Planteamiento del problema

### 2.1 Presentación del problema social que abordará el Plan de Comunicación.

El teléfono celular en la actualidad se ha convertido para los jóvenes en una herramienta indispensable en la vida cotidiana, ya que este puede ser usado como despertador, reproductor de música, cámara fotográfica y/o de video, grabadora de voz, teléfono, dando mayor uso del celular mediante diversas herramientas facilitadoras de comunicación instantánea, esto por medio de múltiples aplicaciones como *Whats App, Line, Periscope, Messenger de Facebook y Twitter*.

A través del uso de éste aparato electrónico se generan diversos procesos sociales y comunicativos que afectan la interacción entre los individuos, como la fractura de la comunicación interpersonal, grupal y creando discriminación entre las personas. Estos procesos en ocasiones son generados de manera inconsciente en las personas que manipulan el celular, sin embargo, existen otros casos donde la discriminación es provocada de manera intencional a través de expresiones, animaciones, imágenes y/o sonidos.

Así mismo, como lo menciona la autora Ana Luz Ruelas (2010) en su artículo "*El teléfono celular y las aproximaciones para su estudio*", el celular se incorporó y proliferó la vida social, euforia o visiones utópicas que provienen de la publicidad, generando que los jóvenes, al ser un mercado potencial de compra, discriminen a sus compañeros al no contar con la misma tecnología.

Actualmente los jóvenes han creado comunidades virtuales en las cuales se comunican a través de las redes sociales, cabe definir que las redes sociales son el vehículo, el lugar de encuentro, el entorno donde la gente se reúne. Están centradas en la persona o la empresa, que va creando su propia red. (En Gallego, 2012:13)

Las redes sociales permiten mantener interacción instantánea entre usuarios de internet, esta herramienta es la más usada actualmente por los jóvenes para establecer comunicación a través de los dispositivos móviles como el teléfono celular. Para Boyd y Ellison una red social se trata de un servicio web que permite a individuos, a) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema compartido, b) articular una lista de usuarios del sistema con los que compartir una conexión, c) ver y navegar a través de la lista de conexiones propias y de las del resto de usuarios (Gallego, 2012:23).

Los teléfonos celulares actuales permiten realizar mayores acciones y actividades desde su pantalla, ya no son utilizados únicamente para realizar llamadas y mandar mensajes de texto, lo anterior se debe al cambio de la vida de las personas con la inserción de la tecnología al trabajo, al hogar, a las empresas y a la educación. Como lo menciona el texto *“Entrar a la cuarta pantalla, guía para pensar en móvil”*, del autor Abd-El-Kader, estos nuevos tiempos y nuevas formas de relación entre la tecnología y los humanos ha generado espacios impensados que dan nuevos desafíos respecto a cómo debemos comunicar. El teléfono evolucionó de sólo emitir llamadas al procesamiento de datos. (Adb-El-Kader, 2012:22)

Debido a esta problemática se generó la siguiente pregunta de investigación ¿Son el uso del teléfono celular y sus aplicaciones de comunicación los responsables de producir y reproducir la discriminación entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc?

## 2.2 Exposición de la problemática en relación a la Comunicación y/o la Cultura.

Es importante realizar una investigación dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, acerca de si los estudiantes generan discriminación a través del uso del teléfono celular porque la discriminación es un problema que afecta a la vida cotidiana. La discriminación se ha adaptado y emigrado a los nuevos y variados aparatos de comunicación virtual, siendo el teléfono celular el más usado por su sencilla portabilidad.

Desde la comunicación es importante investigar la discriminación a través del uso del teléfono celular en los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, porque al realizar el proceso de comunicación en grupo las personas generan percepciones diferentes de cada mensaje emitido, provocando que la comunicación no sea eficaz entre los diversos miembros que forman un grupo de comunicación.

### 2.3 Planteamiento técnico-conceptual del problema comunicativo que atenderá el Plan de Comunicación.

- Detectar si los estudiantes que usan el teléfono celular y sus aplicaciones de comunicación son los responsables de producir y reproducir la discriminación entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc.
- Diseñar un plan estratégico efectivo dentro del Campus Cuauhtémoc de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México para disminuir la discriminación por el uso del teléfono celular.
- Desarrollar tácticas adecuadas para fortalecer la comunicación interpersonal entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc.

### 2.4 Marco conceptual

En la actualidad la mayor parte de los jóvenes mexicanos, aquellos que están considerados entre los 12 a 29 años de edad por el Instituto Mexicano de la Juventud y por la Organización de las Naciones Unidas de los 15 a los 24 años (IMJUVE, 2008:4) tiene nuevas maneras de ejercer la comunicación y de adquirir información. Jesús Martín Barbero nos relata en *“El cambio de la percepción de*

*los jóvenes. Sociedades tecnicidades y subjetividades”* como a mediados de la década de 1980 la sociedad comenzaba a darse cuenta de la participación de los jóvenes en la vida cotidiana, sin embargo, se les identificaba cada vez más a los jóvenes con violencia, delincuencia y desviación, criminalizando simplificada y peligrosamente la figura de la juventud. (Martín Barbero, 2008:27)

En la actualidad los jóvenes tienen más acceso a la educación y a la información, esto es posible a las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTIyC) entendidas como el conjunto convergente de tecnologías de la microelectrónica, la informática (software y hardware), las telecomunicaciones y la optoelectrónica. (Tejedor, s/f:1)

El internet es considerado como una gran red que permite el envío de información escrita, visual, audiovisual y que a la vez facilita la comunicación, esta herramienta se ha integrado al teléfono celular, el cual se ha convertido en el aparato electrónico de comunicación que permite tener varias funciones en un sólo dispositivo, a estos se les conoce como Smartphone o teléfonos inteligentes.

Los teléfonos inteligentes se caracterizan por combinar funciones propias de un móvil y las de la agenda electrónica, por lo tanto un *Smartphone* (teléfono inteligente) debe contar con un sistema operativo el cual permita: organizar la información personal, la instalación de aplicaciones, el intercambio de información con otros equipos, acceso a internet a través de WI-fi (Arias et al, 2011:22).

Este cambio tecnológico ha provocado que los jóvenes de la actualidad utilicen el teléfono celular como herramienta cotidiana, a estos se les conoce como nativos

digitales. Se le llama nativo digital a las personas que han nacido y se han formado utilizando la particular “lengua digital” de juegos por ordenador, video e internet (Prensky, 2001:5).

Los nativos digitales desean recibir la información de manera ágil e inmediata, se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos, prefieren los gráficos a los textos, funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en red, tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensas inmediatas y prefieren instruirse de manera lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional (Prensky,2001:6).

Las personas que no crecieron en contacto con los avances tecnológicos de la informática y en la telefonía móvil con los que se cuenta en la actualidad adquieren el nombre de inmigrantes digitales. El inmigrante digital se puede apreciar, por ejemplo, en que primero se lanza a navegar por internet y a posteriori, se embarca a la lectura atenta de manuales para obtener más información y aprender. Esto es: un primer lugar se decanta por la práctica y luego por la teoría que le permite sobrevivir. (Prensky, 2001:6)

Por las ventajas de tener un Smartphone la telefonía celular ha incrementado en los últimos años, son tres veces más representativos los hogares con celulares que con teléfono fijo, 8 de cada 10 hogares cuentan con 1 o más teléfonos celulares. Miradas metodológicas diferentes confluyen así en una misma afirmación, la telefonía celular es un recurso cotidiano de enorme importancia social sobre todo en los jóvenes (Crovit et al, 2011:56). El eje de uso del teléfono

celular es la comunicación y la variedad de servicios que prestan las compañías, esta variedad de servicios depende de la generación tecnológica del equipo y del servicio de telefonía que se tenga contratado.

El uso que le dan los jóvenes al teléfono celular es diverso, pero en esta práctica cotidiana pueden producirse múltiples procesos socioculturales, por ejemplo la discriminación. Este proceso debe entenderse como una práctica cotidiana que consiste en dar un trato desfavorable o de desprecio inmerecido a determinada persona o grupo. Hay grupos humanos que son víctimas de discriminación todos los días por alguna de sus características físicas o su forma de vida. Los efectos de la discriminación en la vida de las personas son negativos y tienen con la pérdida de derechos humanos y la desigualdad para acceder a ellos, lo cual puede orillar al aislamiento, a vivir violencia e incluso, en casos extremos, a perder la vida. (CONAPRED, 2015)

## 2.5 Delimitación de la problemática en relación espacio-sujetos

Los actores involucrados en esta investigación fueron los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, los cuales pueden cursar alguna de sus diversas licenciaturas e ingenierías y pertenecer al turno matutino y vespertino. Indirectamente estarán involucrados los grupos de referencia, las familias y las distintas instituciones a las que pertenezcan los alumnos de la universidad.

## 2.6 Pregunta de investigación desde el problema comunicativo.

Teniendo como antecedente lo expuesto en la presentación del problema social se genera la siguiente pregunta de investigación, ¿Son el uso del teléfono celular y sus aplicaciones de comunicación los responsables de producir y reproducir la discriminación entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc?

La pregunta anterior produce el supuesto de partida que en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc existe discriminación entre los y las estudiantes por el uso del teléfono celular. Debido a que existen múltiples marcas de telefonía celular en el mercado, los estudiantes pueden adquirir el que mejor se ajuste a su presupuesto y necesidades, ocasionando que aquellos estudiantes que pueden obtener un teléfono de última generación produzcan discriminación hacia los estudiantes que no cuentan con un celular con las mismas ventajas tecnológicas.

Así mismo, las variadas opciones de comunicación instantánea y virtual que se originan desde las aplicaciones que se localizan en el celular facilitan la discriminación, el alumno que no cuenta con un teléfono inteligente no puede tener acceso a las herramientas de comunicación en las que sus compañeros comparten un espacio simbólico. Esto desencadena que los alumnos con ventaja tecnológica no compartan las mismas habilidades, contexto e información con los que no tienen acceso a la comunicación virtual, provocando exclusión y/o discriminación no consciente e invisible entre los estudiantes de la universidad.



### 3. Diagnóstico

#### 3.1 Estrategia metodológica para la búsqueda de información.

Se debe entender que la estrategia metodológica son las acciones que se utilizan para obtener los resultados de los objetivos planteados. Con las estrategias metodológicas el investigador social amplía la visión del problema en el cual quiere intervenir (Martínez, 2004).

La metodología que se utilizó en esta investigación fue cuantitativa, se utilizó como técnica una encuesta descriptiva, ya que esta intenta retratar o documentar condiciones o actitudes actuales, es decir, se describe lo que existe en el momento. Estas también procuran describir y explicar por qué existen ciertas situaciones (Portillo, 2005:320). Una de las características de la encuesta descriptiva es que estas se pueden utilizar para investigar problemas reales.

Las fuentes de información que se utilizaron en la investigación fueron:

- Bibliográficas, fueron utilizadas para la construcción de la aproximación conceptual desde donde se aborda el problema y para realizar la estrategia metodológica.
- Electrónicas, al igual que las anteriores fueron utilizadas para la construcción de la aproximación conceptual desde donde se aborda el problema y para realizar la estrategia metodológica.

- Orales, se emplearon para recabar información en la aplicación de las encuestas y elaborar el diagnóstico.

### 3.2 Selección, justificación y descripción del universo-población objeto de estudio.

El instrumento se aplicó dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc a 70 estudiantes activos de diferentes Licenciaturas, e Ingenierías, con un rango de edad de 17 a 29 años, de sexo masculino y femenino, solteros o casados.

Se seleccionaron a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, con el perfil antes mencionado, ya que la investigación y las estrategias del Plan de Comunicación se realizaron para atender el problema de comunicación que existe dentro del plantel Cuauhtémoc de dicha casa de estudios.

### 3.3 Selección y justificación de las técnicas de investigación.

Dentro del método cuantitativo se utilizó como técnica la encuesta descriptiva, ya que ésta intenta retratar o documentar condiciones o actitudes actuales, es decir, se describe lo que existe en el momento. La ventaja de la encuesta es que estas se pueden utilizar para investigar problemas reales (Portillo, 2005)

Los objetivos que tiene esta estrategia metodológica son:

- Saber si entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc se produce y reproduce discriminación a través del uso del teléfono celular.
- Realizar un diagnóstico sobre la discriminación que se produce y reproduce entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc a través del uso del teléfono celular.

3.4 Diseño de instrumentos metodológicos para la obtención de información.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México **UACM**  
*Nada humano me es ajeno*

El siguiente cuestionario es estrictamente de carácter académico. Las respuestas proporcionadas serán tratadas con total discreción y confidencialidad.

Licenciatura \_\_\_\_\_

Estado civil \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

Género \_\_\_\_\_

1.- ¿Tienes teléfono celular?

a) Si    b) No

2.- ¿El teléfono que usas es *Smartphone*?

a) Si    b) No



8.- ¿Qué marca comercial es tu celular?

- a) *I phone*                      b) Samsung                      c) Nokia                      d) Sony
- e) *Huawei*                      f) Ek                      g) INCO                      h) LG                      i) Otra

9.- ¿Usarías un teléfono que no fuera de una marca reconocida?

- a) Sí                      b) No

De contestar SÍ responde la siguiente pregunta, de lo contrario dirígete a la pregunta 11

10.- ¿Por qué si usarías un teléfono que no fuera de una marca reconocida?

- a) Uso cualquier teléfono                      b) La marca no me importa
- c) Me gusta usar marcas no reconocidas                      d) Necesito un teléfono

11.- ¿Por qué no usarías un teléfono de una marca no reconocida?

- a) Sólo uso teléfono de marca reconocida                      b) La marca es importante
- c) Me sentiría mal de usar uno no reconocido                      d) Me daría pena

12.- ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un teléfono celular?

- a) \$300 a \$1000                      b) \$1000 a \$4000                      c) \$4000 a \$7000
- d) \$7000 a \$10 000                      e) \$10 000 a \$15 000                      f) Más de \$15 000

13.- ¿En qué plan se encuentra tu teléfono celular?

- a) Pre pago                      b) Renta mensual



c) No sabe usar un *Smartphone* d) No tienen dinero para comprar un *Smartphone*

21.- Si algún compañero de la universidad no tienen aplicaciones de comunicación en su celular ¿Con cuál de las siguientes frases describes su situación comunicativa?

a) No les gusta usar aplicaciones b) No tiene dinero para comprar aplicaciones

c) No saben usar las aplicaciones d) No sabe sobre las aplicaciones de moda

22.- ¿En tu familia usan teléfonos *Smartphone*?

a) Sí b) No

23.- ¿Cuántos *Smartphone* hay en tu casa?

a) 0 b) 1 c) 2 d) 3 e) 4 f) Más de 5

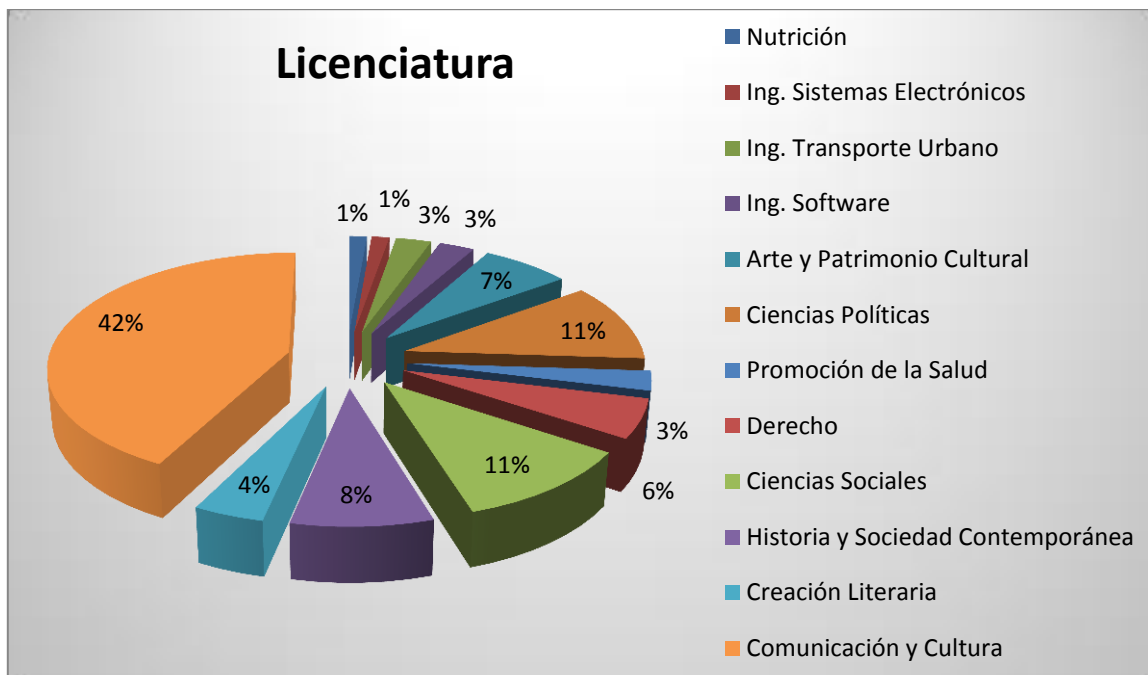
24.- Además de la escuela ¿A qué grupo social perteneces?

a) Trabajo b) GYM c) Iglesia d) Club deportivo e) Grupos de lectura

25.- ¿En el grupo social al que perteneces usan teléfonos *Smartphone*?

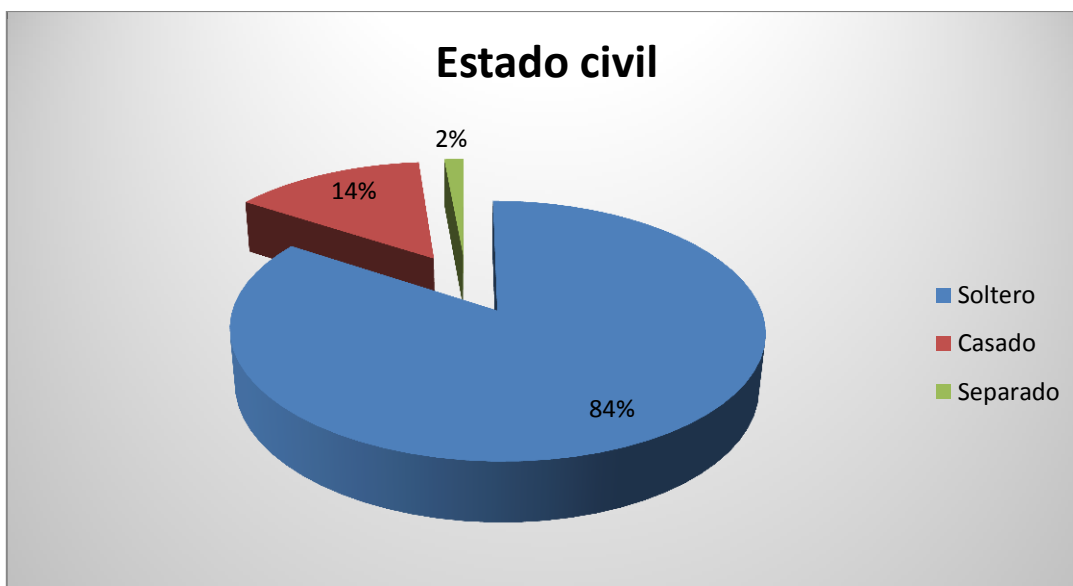
a) Sí b) No

### 3.5 Análisis e interpretación de los resultados



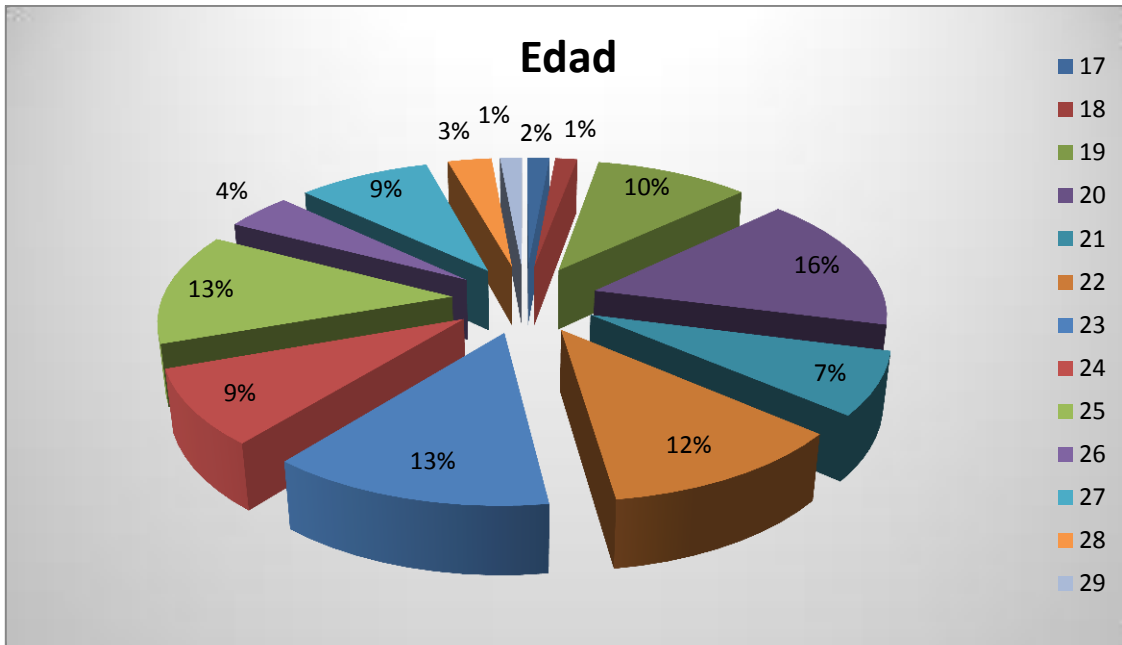
Gráfica 1

La gráfica 1 muestra las diferentes licenciaturas de los alumnos que fueron encuestados.



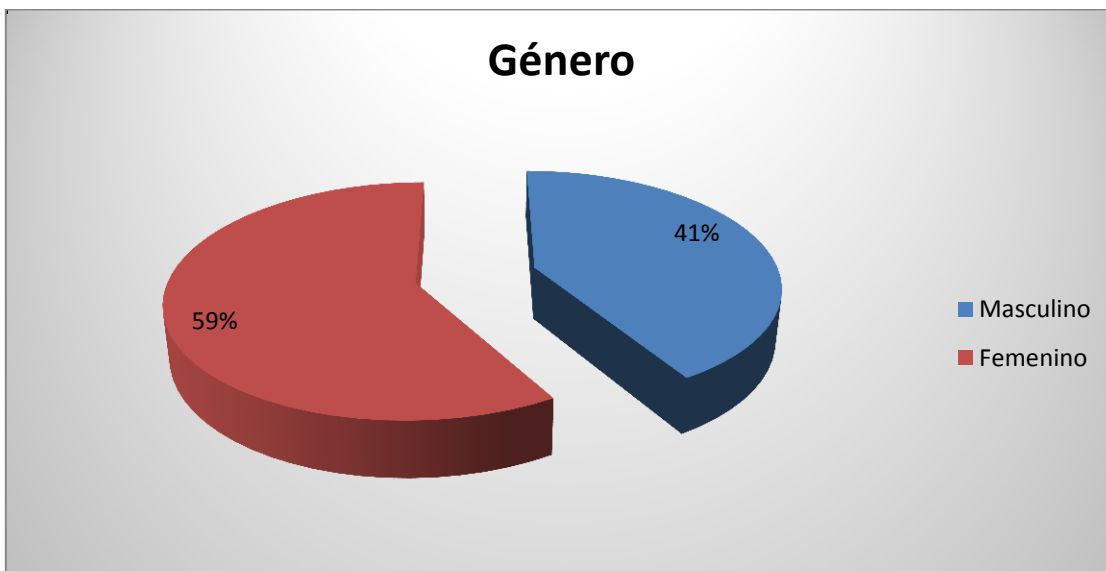
Gráfica 2

En la gráfica 2 se observa el estado civil de los alumnos que fueron encuestados.



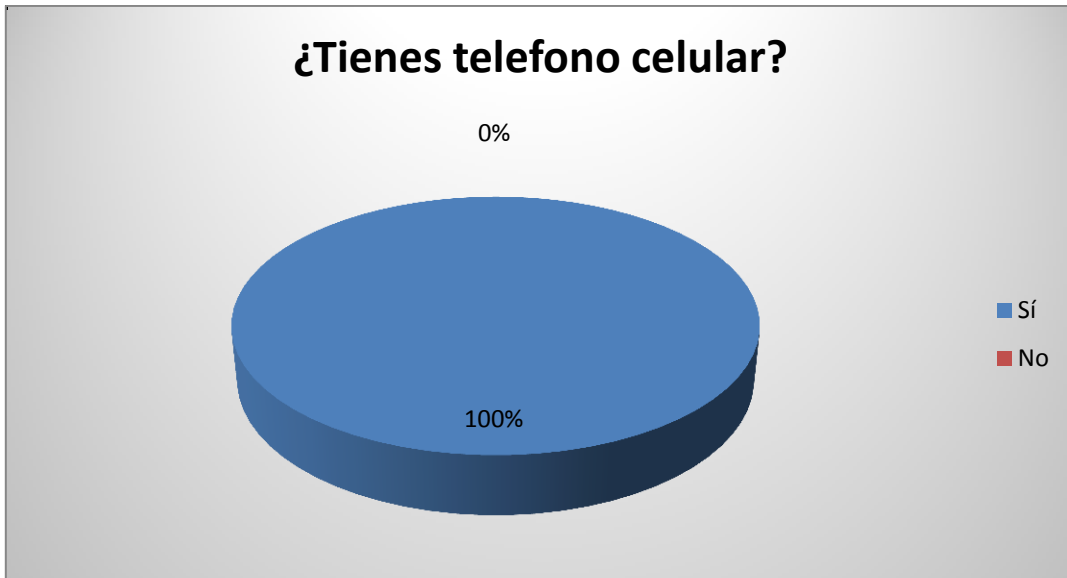
Gráfica 3

La gráfica 3 expone las edades de los estudiantes a los que se les aplicó la encuesta.



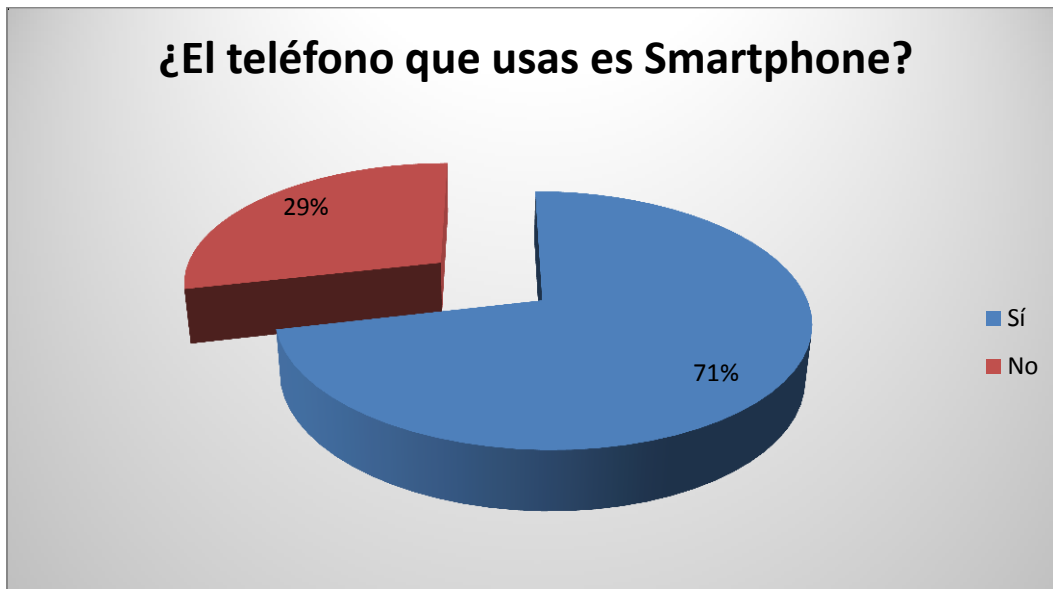
Gráfica 4

En la gráfica 4 se muestra el género al que pertenecen los alumnos a los que se les aplicó la encuesta.



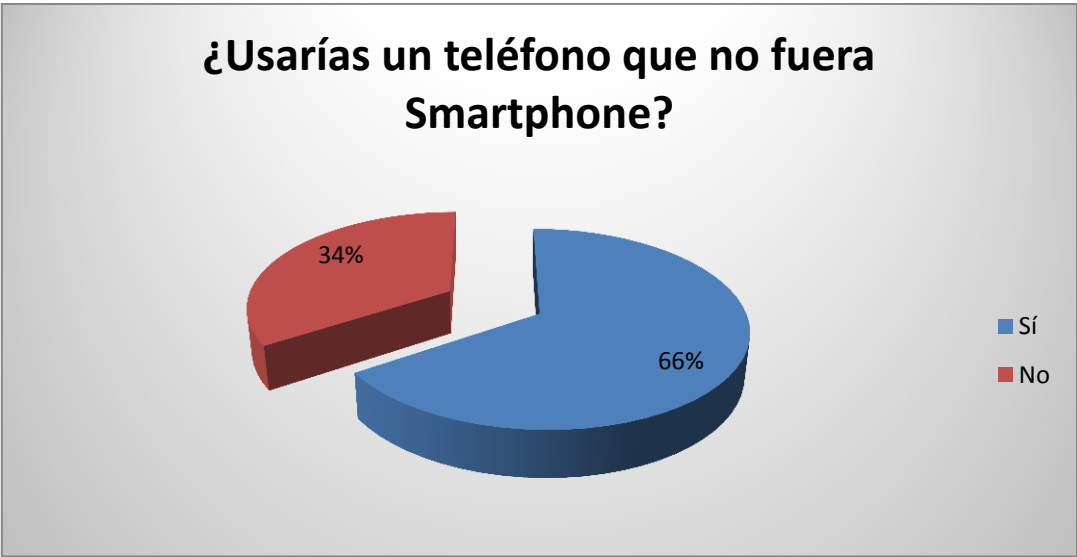
Gráfica 5

En está gráfica se observa como el 100% de los encuestados tienen un teléfono celular, requisito indispensable para responder el instrumento.



Gráfica 6

En la gráfica 6 se aprecia que el mayor número de alumnos que respondieron el cuestionario cuentan con un teléfono *Smartphone*.



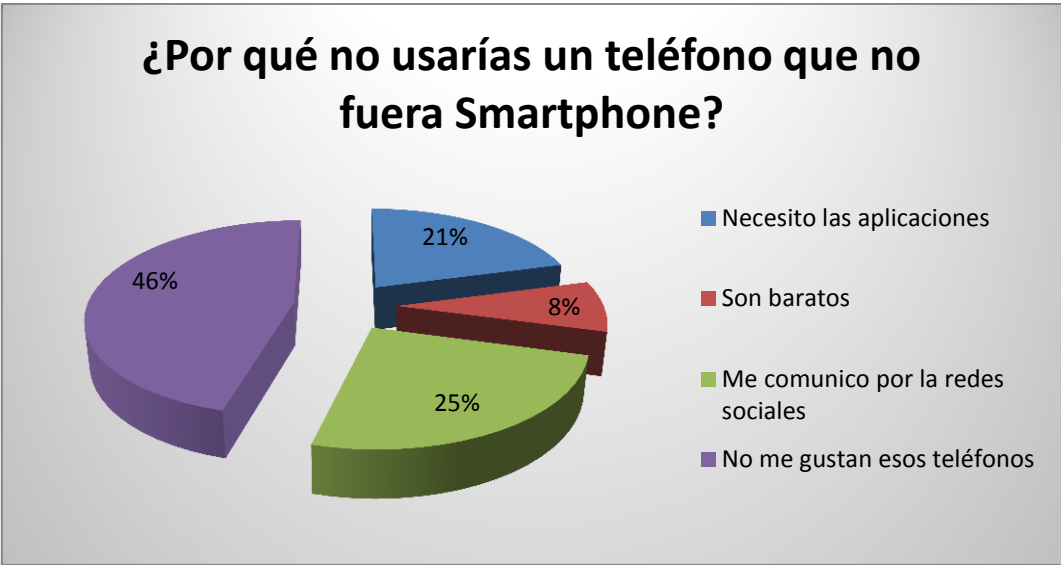
Gráfica 7

En la gráfica anterior se observa que más del 50% de alumnos encuestados están dispuestos a utilizar un teléfono que no fuera *Smartphone*.



Gráfica 8

En la gráfica 8 se observan cuáles son las razones del 66% de los alumnos de la UACM, campus Cuauhtepac que respondió Sí a la pregunta 3 para usar un teléfono que no fuera un *Smartphone*.



Gráfica 9

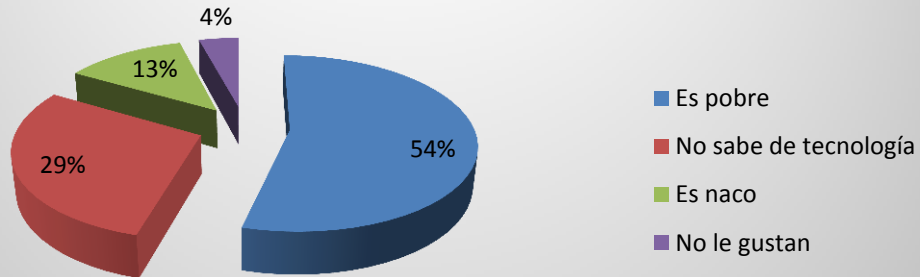
En la gráfica 9 se observan las razones del 34% de los alumnos de la UACM, Campus Cuauhtémoc que dijo No usaría un teléfono *Smartphone*.



Gráfica 10

En la gráfica anterior se muestra que el 66% de los alumnos de la UACM, campus Cuauhtémoc no han escuchado algún comentario ofensivo hacia alguno de sus compañeros por no tener un teléfono *Smartphone*.

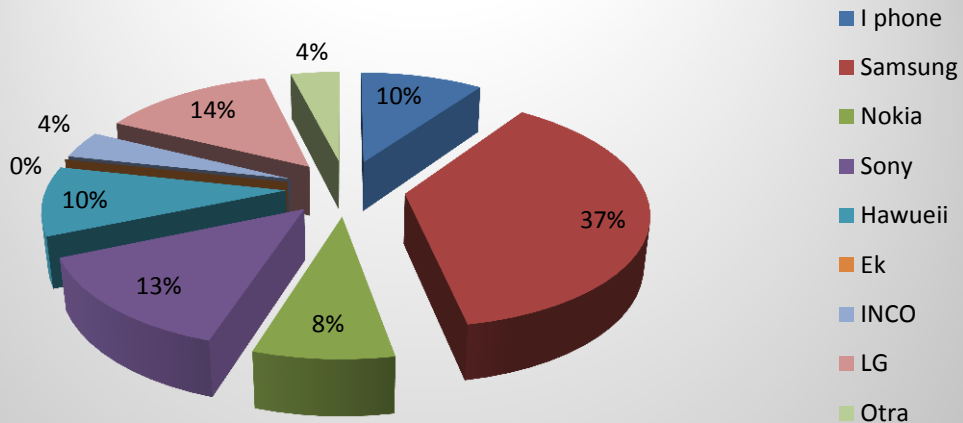
**¿De las siguientes frases cuáles has escuchado hacía algún compañero que no tenga un teléfono Smartphone?**



Gráfica 11

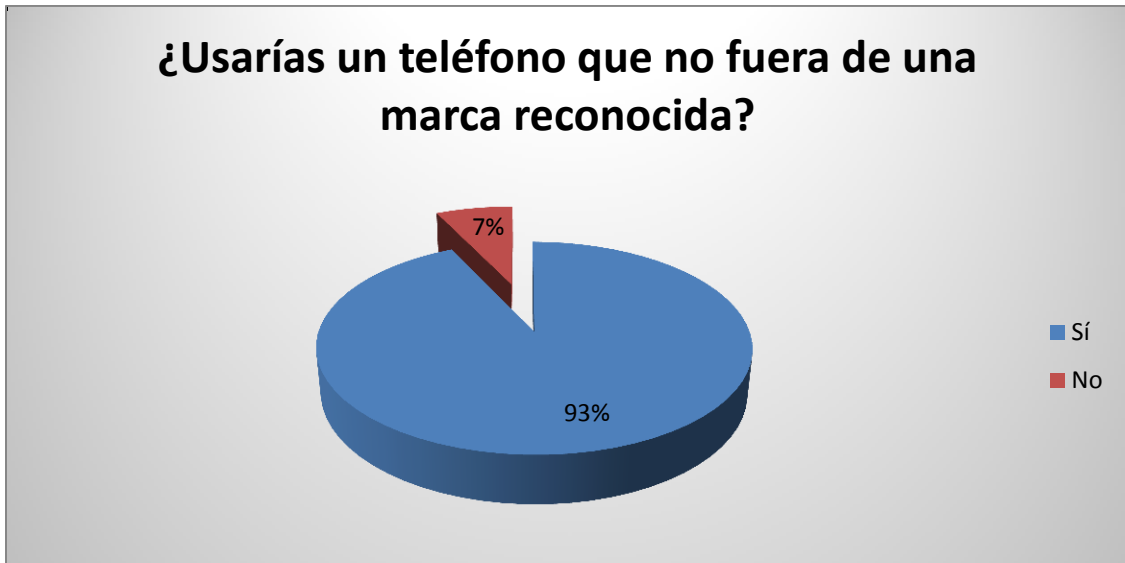
Los alumnos que respondieron que Sí a la pregunta 6 mencionan cuáles son las frases que escuchan hacía compañeros que no tienen un teléfono *Smartphone*.

**¿Qué marca es tu celular?**



Gráfica 12

En la gráfica 12 se muestra cuáles son las marcas de teléfonos celulares que utilizan los alumnos de la UACM, campus Cuauhtémoc.



Gráfica 13

En la gráfica 13 se muestra que el 93% de los alumnos de la UACM, Campus Cuauhtepac usarían un teléfono celular de una marca no reconocida.



Gráfica 14

En la gráfica 14 se muestran las razones del 93% de los alumnos que respondieron que sí usarían un teléfono que no fuera de una marca reconocida.



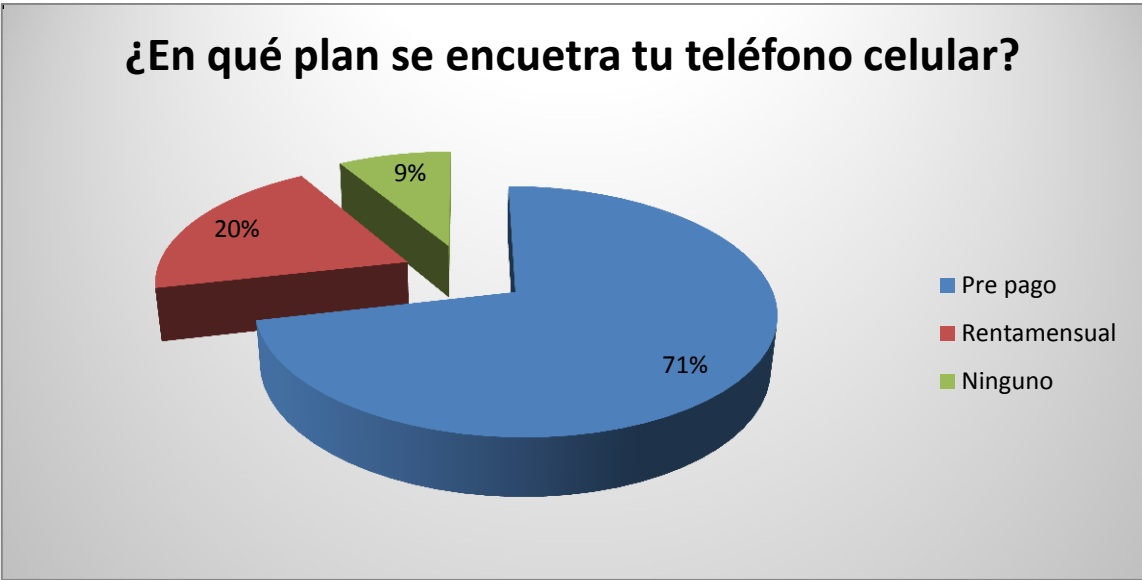
Gráfica 15

En la gráfica 15 se muestran las razones del 7% de los alumnos encuestados que dijeron no usarían un teléfono de una marca reconocida.



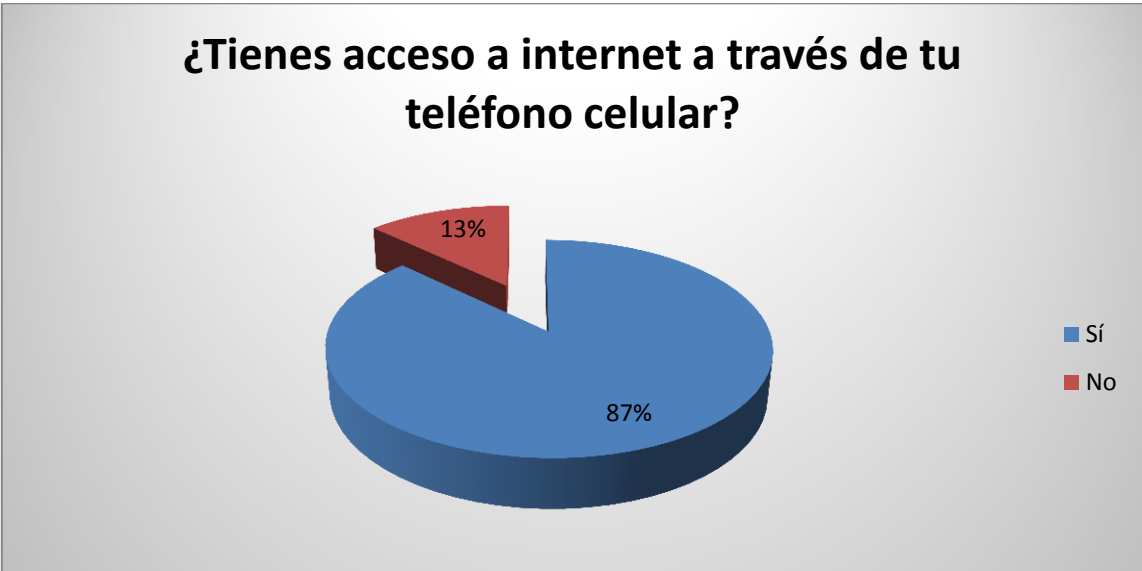
Gráfica 16

Con un 51% se muestra en la gráfica 16 que la mayor parte de los estudiantes de la UACM, Campus Cuautepec están dispuestos a pagar un precio promedio en el mercado por un teléfono celular.



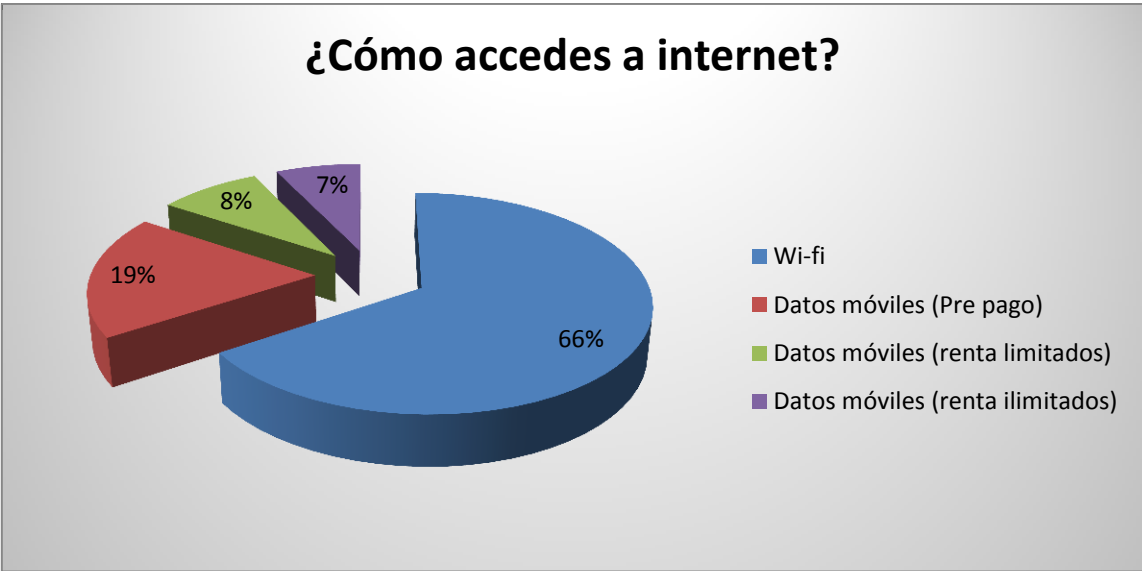
Gráfica 17

En la gráfica anterior los alumnos encuestados de la UACM, Campus Cuatepec mencionan en que plan se encuentra su teléfono celular.



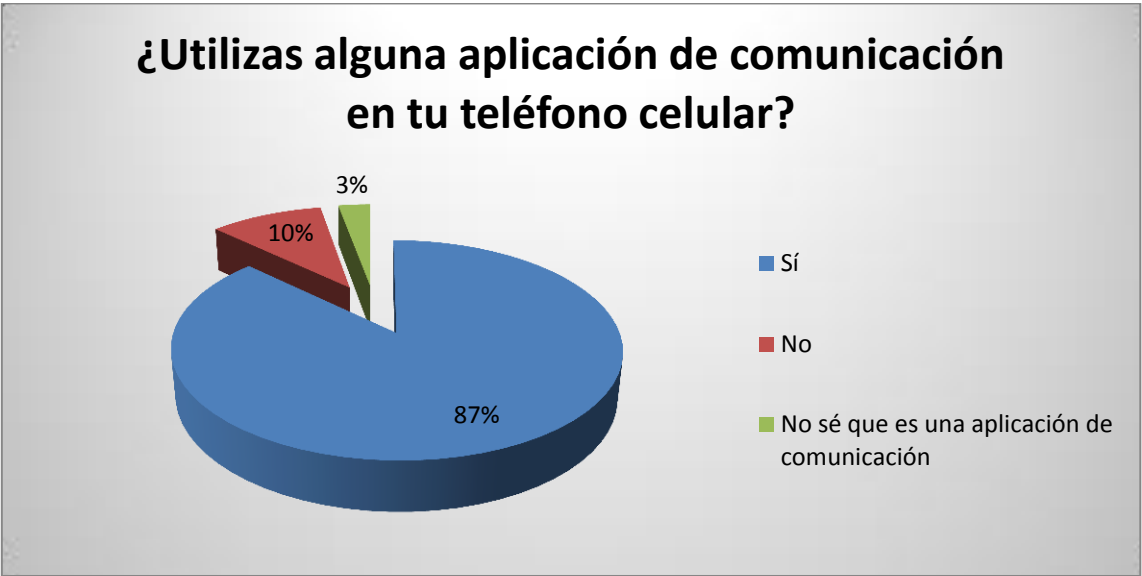
Gráfica 18

El 87% de los alumnos encuestados tienen acceso a internet a través de su teléfono celular



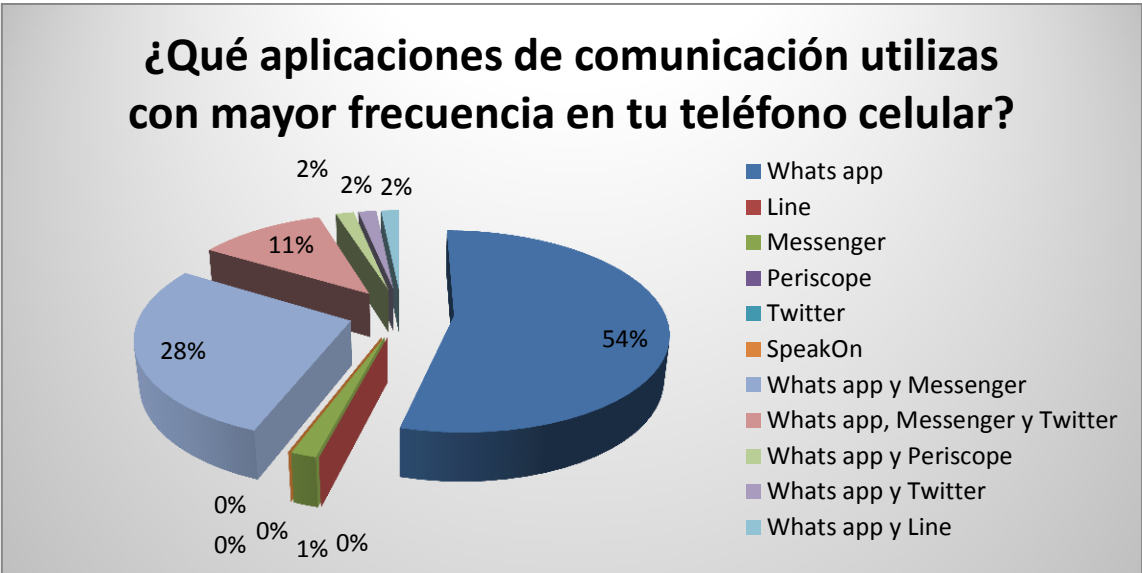
Gráfica 19

En la gráfica 19 se muestra a través de qué medio de pago los alumnos de la UACM, Campus Cuauhtémoc acceden a internet desde su teléfono *Smartphone*.



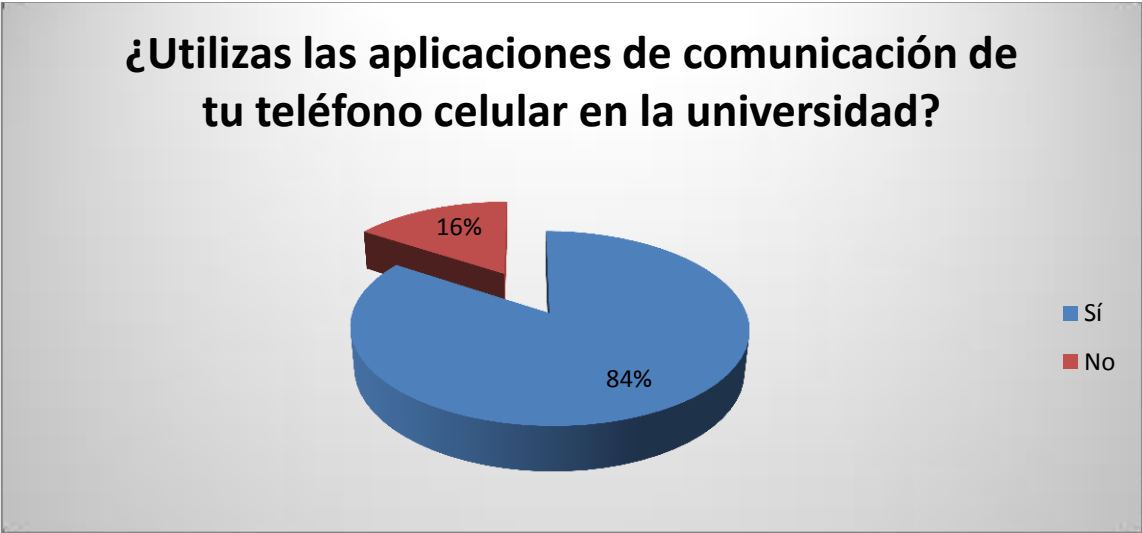
Gráfica 20

En la gráfica 20 se muestra que la mayor parte de los alumnos de la UACM, Campus Cuauhtémoc que fueron encuestados usan aplicaciones de comunicación.



Gráfica 21

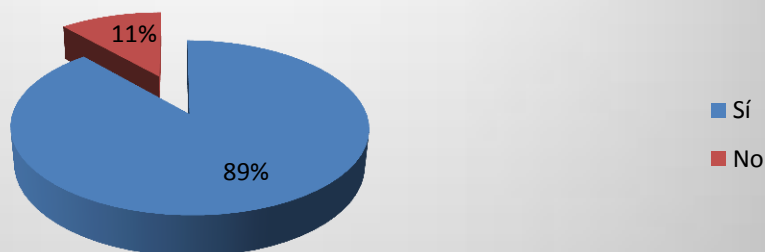
En la gráfica 21 se observa que los alumnos que dijeron Sí usar aplicaciones de comunicación en su teléfono celular tienen instaladas aplicaciones de mensajería instantánea.



Gráfica 22

Los estudiantes encuestados que dijeron usar aplicaciones de comunicación y utilizar estas herramientas de comunicación tecnológica en el plantel.

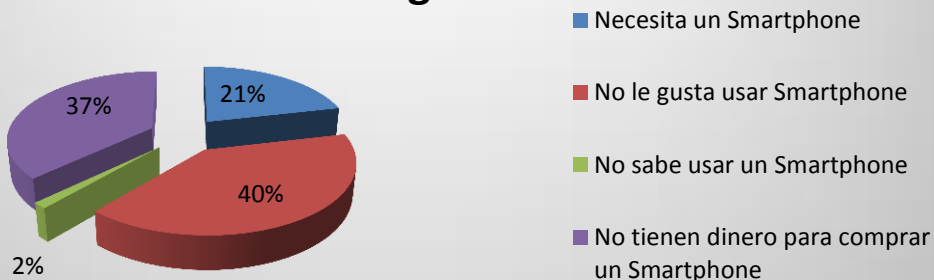
### ¿Utilizas las aplicaciones para tener comunicación con tus compañeros de la universidad?



Gráfica 23

La gráfica 23 muestra que los alumnos de la UACM, Campus Cuauhtémoc que usan aplicaciones de comunicación en su celular las usan con los compañeros de universidad.

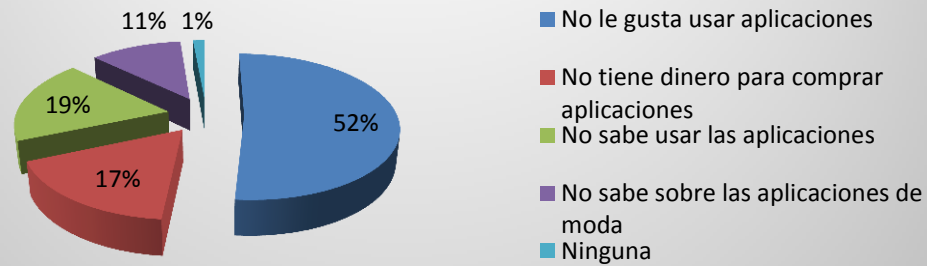
### Si algún compañero de la universidad no tiene un teléfono Smartphone ¿Con cuál de las siguientes frases se describe su situación tecnológica?



Gráfica 24

En la gráfica 24 se observa con que frase describen a los alumnos que no tienen un Smartphone los alumnos que sí cuentan con el dispositivo tecnológico.

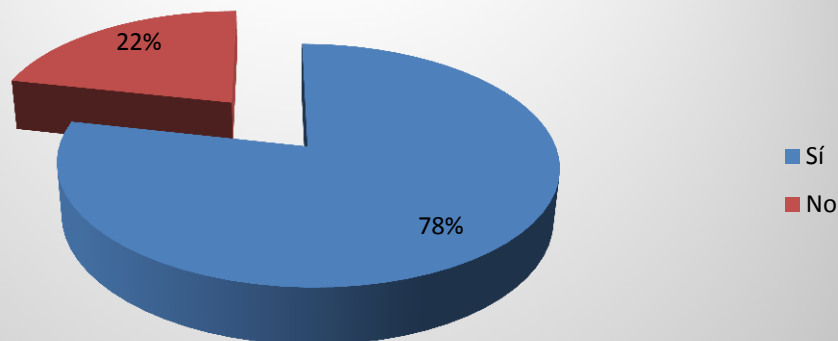
**Si algún compañero de la universidad no tiene aplicaciones de comunicación en su celular ¿Con cuál de las siguientes frases describes su situación comunicativa?**



Gráfica 25

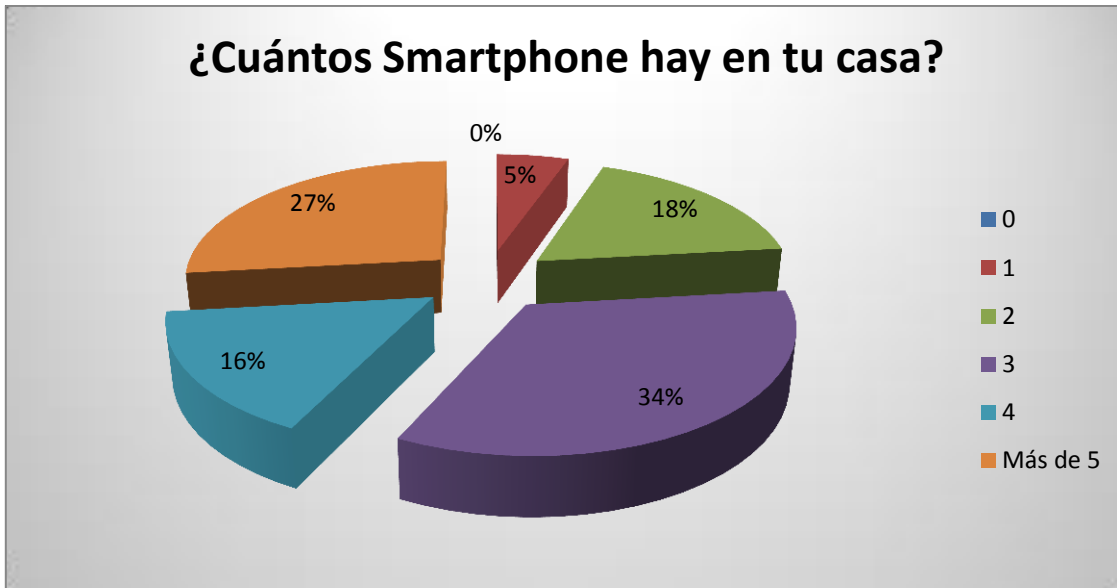
En la gráfica 25 se observa con que frase describen a los alumnos que no tienen aplicaciones de comunicación los alumnos que sí cuentan con éstas.

**¿En tu familia usan Smartphone?**



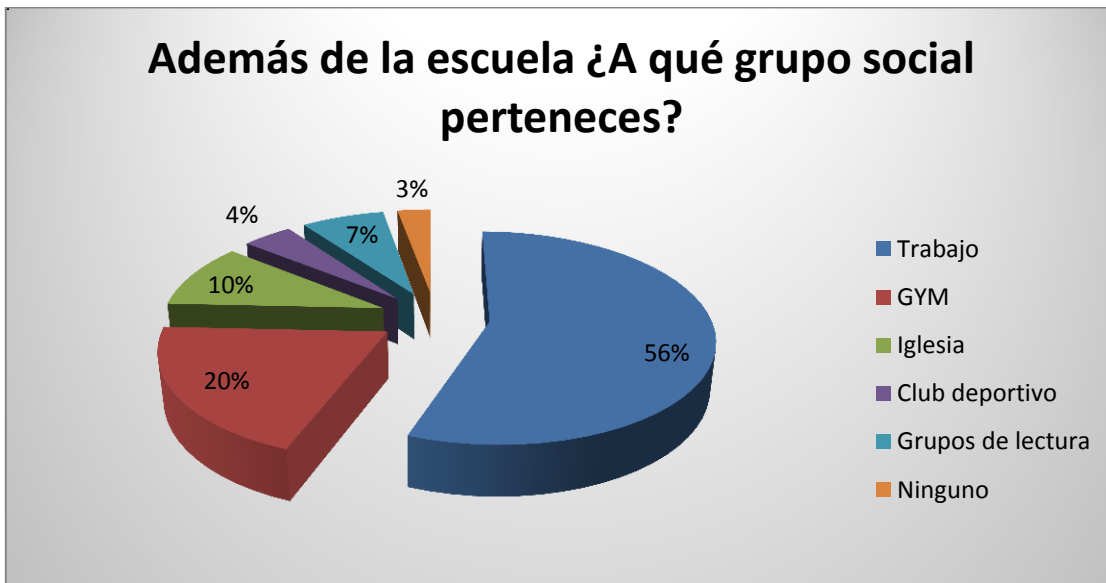
Gráfica 26

La gráfica 26 arroja como resultado que el 78% de alumnos encuestados mencionan que en su familia usan teléfonos *Smartphone*.



Gráfica 27

En la gráfica 27 se muestra que en casa de los alumnos encuestados tienen de 1 a más de 5 *Smartphone*.



Gráfica 28

En la gráfica 28 se observa que el grupo social con mayor número de estudiantes encuestados es el trabajo y el club deportivo con menor número de alumnos.



Gráfica 29

En la gráfica 29 se muestra que el 81% de los alumnos dentro de los grupos sociales a los que pertenecen están en contacto con personas que usan un teléfono *Smartphone*.

#### **Análisis de resultados obtenidos**

La encuesta se aplicó a 70 alumnos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, el 100% de los encuestados cuentan con un teléfono celular, el 71% de estos dispositivos tecnológicos son teléfonos *Smartphone*, lo cual nos puede indicar que los estudiantes universitarios se encuentran conectados con sus círculos sociales por medio de las aplicaciones que estos permiten, además de estar en constante contacto con la tecnología que les brinda este tipo de teléfonos. Sin embargo, al preguntarles si usarían un teléfono que no fuera *Smartphone* el 66% dice que están dispuestos a usarlos ya que sólo el 56% de los estudiantes lo usan para realizar llamadas, al 24% le gustan los teléfonos

que no son inteligentes, el 11% se comunica por mensajes MSN y el 9% no usa aplicaciones en el teléfono celular.

En contraste con lo anterior, el 34% de alumnos encuestados dijeron no usarían un teléfono que no fuera *Smartphone*. El 46% que no les gustan los teléfonos análogos o de primera generación, estos no les permiten tener acceso a internet o a las aplicaciones que pueden descargar, el 25% se comunica por la redes sociales, se debe tomar en cuenta que la inmediatez de la comunicación a través de las redes sociales las hace parte de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), por lo cual permiten un lenguaje rápido y comprensible para los nativos e inmigrantes digitales. El 21% menciona que necesita las aplicaciones que pueden descargar desde cualquier tienda virtual, mientras que un 8% dice no les gusta portar un teléfono que no fuera *Smartphone* por cuestiones económicas, pues lo consideran barato.

Es importante mencionar que mientras el 8% considera baratos los teléfonos de primera generación, el 51% de los alumnos encuestados de la UACM, Campus Cuauhtémoc, están dispuestos a pagar de \$1000 a \$4000 pesos por un teléfono *Smartphone*, el 13% de \$4000 a \$7000 y sólo el 33% de \$300 a \$1000 pesos.

Al preguntarles si han escuchado comentarios ofensivos hacia algún compañero de la universidad por no contar con un teléfono *Smartphone* el 66% dice no haber escuchado contra un 34% que si ha escuchado.

Del 34% que sí ha presenciado ofensas a algún compañero, estas han sido: 54% que es “pobre”, mostrando que existe discriminación económica, pues se

considera no tiene dinero para poder comprar un teléfono de última generación, el 29% considera que no saben de tecnología, por lo cual se puede inferir que aquellos alumnos que no tienen un teléfono *Smartphone* es por ignorancia tecnológica, el 13% menciona que sus compañeros no tienen un teléfono inteligente por ser “nacos”, etiqueta social con la cual generalmente se nombra a una persona de un sector bajo económico, cultural y social, para la Real Academia de la Lengua Española, naco es un indio (RAE, 2015) un término social que indica discriminación. Sólo el 4% considera que no usa un *Smartphone* porque no le gusta.

El factor económico es importante en las respuestas que emiten los estudiantes encuestados pues el 37% menciona que sus compañeros no tienen un teléfono *Smartphone* por no tener dinero para poder comprarlo, el 40% cree que no les gusta usar teléfonos inteligentes, un 21% considera que sus pares que no tienen un *Smartphone* necesitan comprar uno y 2% piensa que no tienen un teléfono celular de última generación por no saberlo usar. En estos resultados de nuevo se aprecia como los estudiantes consideran a sus compañeros no aptos económicamente para adquirir tecnología.

Los alumnos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, con teléfonos *Smartphone* de marcas que son reconocidas a nivel mundial, el 37% utiliza la marca *Samsung*, esta marca trabaja con un sistema operativo *Android* el cual permite bajar aplicaciones de manera gratuita, el 14% usa la marca *LG* que también trabaja con sistema operativo *Android*, 13% de marca *Sony*, el 10% utiliza *Hawueii* con las mismas características operativas de

las marcas antes mencionadas, sin embargo, existe un 10% de los alumnos encuestados que utiliza la marca *I Phone* de la compañía *Apple*, con un sistema operativo *IOS* el cual permite bajar aplicaciones desde su propia tienda virtual con costo para el usuario. El 8% utiliza *Nokia*, el 4% marca *INCO* los dos con sistema operativo *Android* y otro 4% utiliza otra marca.

Existe sólo un 10% de alumnos que puede acceder a aplicaciones de paga, considerando que este porcentaje podría tener las posibilidades económicas para poder gastar en tecnología. Es importante mencionar esto con respecto al 56% de alumnos que trabaja según los resultados arrojados por la encuesta y considerando que en el 78% de los hogares de los estudiantes hay uso de teléfonos *Smartphone* y de ese porcentaje de uso el 34% tiene 3 celulares en casa, el 27% tienen más de 5 *Smartphone* en su hogar, el 16% tienen 4, lo cual nos indica que una cantidad de dinero obtenido por los miembros de la familia es utilizado para los gastos que genera usar un teléfono inteligente, el 18% sólo tienen 2 celulares *Smartphone* en su familia, contra el 5% que sólo tienen 1 teléfono *Smartphone*.

En contraste, con el dinero que se puede utilizar para adquirir y mantener en funcionamiento un teléfono celular el 93% de los encuestados menciona que no tendrían inconveniente en utilizar un teléfono *Smartphone* de una marca no reconocida. Las razones por las cuales lo usarían son: el 68% dice que la marca no le importa, cuando anteriormente se reflejó que un porcentaje alto de alumnos utiliza marcas de teléfono celular reconocidas mundialmente. El 26% dice que utiliza cualquier tipo de teléfono, un 3% dice gustarle usar marcas no reconocidas

y otro 3% mención utilizar una marca no reconocida porque necesita un teléfono celular.

El 7% que no está dispuesto a usar marcas no reconocidas menciona que no los usaría por las siguientes razones, el 46% contesta que la marca es importante, el 37% sólo utiliza marcas reconocidas como las que se mostraron anteriormente, por ejemplo *Samsung* y *I Phone*, el 12% se sentiría mal de usar un teléfono Smartphone de una marca no reconocida y el 5% le daría pena usarlo, en donde se supone las personas que forman parte de estos dos últimos porcentajes pudieron ser discriminadas en algún momento por el uso de marcas no reconocidas dentro de la universidad o escucharon algún comentario discriminatorio algún compañero.

En el momento de solicitarles mencionen en qué plan tarifario se encuentra su teléfono celular se menciona que el 71% se encuentra en Prepago, el 20% en renta mensual y el 9% dice no estar en ninguno de los dos, este último porcentaje refleja desconocimiento por parte de los alumnos de el plan tarifario al que pertenece su equipo móvil, pues actualmente en México se debe pertenecer a uno de los dos planes tarifarios.

Del 71% de alumnos que tienen un *Smartphone*, sólo el 87% del 71% anterior (tomando el 71% como un total de alumnos con *Smartphone*) tiene acceso a internet a través de él, el 66% lo tiene por medio de *Wi fi*, red que permite acceso a internet sin costo, esto si se tiene la contraseña del modem del que emana la señal, el 19% tiene acceso por medio de datos móviles en modalidad Pre pago, es decir del 71% de encuestados que usan la forma prepago sólo el 19% utilizan su

saldo para entrar a internet, y del 20% que se encuentra en el plan tarifario renta mensual, el 8% tiene acceso por datos móviles limitados, es decir tiene una cantidad de *megabites* determinada por el plan mensual que se tienen contratado y el 7% tiene acceso a internet por datos móviles ilimitados, esto significa que pueden acceder a internet sin límite de tiempo durante el pago de su renta mensual.

El 71% de alumnos tiene un Smartphone. De ese 71% el 87% ha descargado y usa aplicaciones de comunicación, recordando que los encuestados habían mencionado con un 25% que se comunicaban a través de redes sociales cuando se les realizó la pregunta ¿Por qué no usarían un teléfono que no fuera *Smartphone*? Un 10% que menciona no usar ninguna aplicación de comunicación, de igual manera, se debe recordar que los estudiantes mencionaron no usar aplicaciones con un 9% cuando se les preguntó ¿Por qué usarían un teléfono que no fuera Smartphone? El 3% de los alumnos menciona no saber que es una aplicación de comunicación.

Al preguntarle al 87% que usa aplicaciones de comunicación cuál es la que más utilizan el *Whats app* se menciona con un 54%, los estudiantes buscan la mensajería instantánea como parte de su comunicación, el 28% utiliza *Whats app* y *Messenger* de *Facebook* en igualdad, para el 11% *Whats app*, *Messenger* y *Twitter* son las aplicaciones más utilizadas, mientras que con un 2% respectivamente son usadas *Whats app* y *Periscope*, *Whats app* y *Line* y por último *Whats app* y *Twitter*, sólo el 1% utiliza con mayor frecuencia *Messenger* de la red social *Facebook*.

El 87% que sí usa las aplicaciones las utiliza en la universidad, esto es comprobado con el 84%, se debe tomar en cuenta que dentro del Campus existe red *Wi-fi* libre la cual permite acceso a internet, recordemos que el 66% de los encuestados mencionó tener acceso a internet por medio de ese tipo de señal, únicamente un 16% que no usa las aplicaciones de comunicación en la universidad.

Del 87% que usa las aplicaciones de comunicación, el 89% menciona que usa estos medios para comunicarse con los compañeros de la universidad, esto es importante tomando en cuenta que la escuela es para algunos estudiantes el segundo grupo de convivencia en el que se desarrollan, sólo el 11% no las usa con sus compañeros universitarios.

Los universitarios encuestados consideran que si algún compañero que use un Smartphone no tiene en él aplicaciones de comunicación es por las siguientes razones, 52% dice que a sus compañeros no les gusta usar aplicaciones, en este porcentaje se puede inferir que los diversos usos de un teléfono *Smartphone* son dependiendo de las necesidades de cada estudiante. El 19% considera es por no saber manipular las aplicaciones que se encuentran disponibles. De nuevo se considera el dinero como un problema para poder acceder a estas aplicaciones pues con un 17% los alumnos consideran sus compañeros no usan aplicaciones por no tener dinero para comprar en tiendas virtuales, un 11% menciona que no saben sobre las aplicaciones que están de moda, donde se puede ver el estatus que se tiene al usar las aplicaciones que predominan en la red y un 1% no sabe por qué no usan las aplicaciones.

Por su puesto es importante tomar en cuenta los grupos de sociales donde los estudiantes tienen contacto con otras personas, el trabajo es el segundo grupo de referencia que predomina entre los estudiantes con un 56%, el *GYM* con un 20%, la iglesia con un 10%, grupos de lectura con un 7%, con un 4% algún club deportivo y finalmente un 3% dice no pertenecer a otro grupo social.

Con un 81% los estudiantes mencionan que en los diferentes grupos sociales a los que pertenecen usan teléfonos *Smartphone* contra de un 19% donde no los usan. Los grupos sociales son parte importante del comportamiento de los estudiantes, pues con esta información se puede saber si están en contacto por medio de las aplicaciones de comunicación con personas que no están dentro de la universidad como hace mención el 11% que no usa las aplicaciones con sus compañeros universitarios y el 16% que no usa las mismas aplicaciones dentro del Campus Cuauhtémoc de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

### 3.6 Replanteamiento o confirmación del problema o nicho de oportunidad.

Los estudiantes encuestados de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, cuentan con teléfono celular, un alto porcentaje cuenta con uno de generación *Smartphone*. Esto indica que aquellos que trabajan tienen las posibilidades económicas para adquirir tecnología y los que no trabajan pueden obtenerlo por medio de su familia, ya que puede facilitarles el dinero para acceder a los servicios que ofrece el teléfono *Smartphone*.

El 78% de los alumnos mencionó tener más de un *Smartphone* en casa, generando con esto gastos importantes dentro de la economía de la familia. Así mismo, se puede concluir que estas familias tienen el poder económico para tener equipo de marcas reconocidas como *Samsung* y *I Phone*, marcas de telefonía celular reconocidas a nivel mundial y que predominan en los resultados de las encuestas, también los alumnos de la UACM, Campus Cuauhtémoc están dispuestos a pagar de \$1000 a \$4000 pesos por un equipo celular.

Un porcentaje menor indica que si no usan un teléfono de marca reconocida les daría pena o se sentirían mal, lo cual nos indica que la mercadotecnia utilizada por las empresas de tecnología tiene efecto de estatus o posición tecnológica a partir de la marca y modelo que utilicen los jóvenes.

Un porcentaje mayor indica que los estudiantes mantienen su teléfono celular a través del plan Pre pago, contra un menor que se encuentra en plan de Renta mensual, indicando que los alumnos pagan lo que van consumiendo, es decir hacen recargas electrónicas si necesitan utilizar las funciones del teléfono celular.

La mayor parte de los estudiantes entran a internet a través de red *Wi-fi*, la cual permite tener acceso a internet sin costo, los alumnos al estar conectados a internet usan las aplicaciones de comunicación, *Whats app* siendo la de mayor uso, para comunicarse con sus compañeros de la universidad.

Dentro de los diversos grupos de sociales a los que pertenecen los estudiantes existe el uso de teléfonos *Smartphone*, lo que indica que no sólo se encuentran en comunicación con sus compañeros, sino también con las personas que forman

parte de su diario vivir. Este resultado de igual manera nos indica que los jóvenes universitarios tienen un teléfono Smartphone para poder saber que sucede dentro de los grupos a los que pertenece.

Finalmente se confirma la presencia de discriminación entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, por el uso del teléfono celular. Los indicadores de discriminación están presentes por el factor económico, pues los alumnos han escuchado comentarios ofensivos a hacia sus compañeros que no tienen un teléfono *Smartphone*, los comentarios escuchados se refieren a que son pobres, es decir que no tienen el capital económico para comprar un teléfono de última generación y aplicaciones dentro de las tiendas virtuales.

El siguiente comentario ofensivo es que los alumnos que no tienen un Smartphone son “nacos”, generando con este adjetivo una división entre los alumnos de la UACM, campus Cuauhtémoc, pues aquellos que no tengan un teléfono Smartphone no se encuentran en las mismas condiciones tecnológicas, económicas, sociales y culturales a los alumnos que si tienen un teléfono *Smartphone*.

El segundo indicador de discriminación es el saber sobre las nuevas tecnologías de la información, pues los alumnos consideran que sus compañeros no tienen un teléfono *Smartphone* y aplicaciones de comunicación por no saber de tecnología y de cómo se utilizan los nuevos *softwares* que se encuentran en los dispositivos móviles.

<b>Análisis FODA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe participación de los estudiantes.</li> <li>• Se consideran diferentes estrategias y tácticas para disminuir la discriminación.</li> <li>• Se obtuvieron resultados que permiten tener una visión general del problema.</li> <li>• El objetivo del plan se ratifica con los resultados obtenidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe discriminación entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc.</li> <li>• La discriminación es por el factor económico y del saber sobre las NTIyC</li> <li>• Los estudiantes utilizan el teléfono celular como medio de comunicación entre ellos.</li> <li>• Existe comunicación entre los estudiantes.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un número significativo de estudiantes no perciben la discriminación que producen o reproducen.</li> <li>• Algunos estudiantes no saben identificar funciones y servicios básicos del teléfono celular.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las marcas de telefonía celular ofrecen mejores ventajas tecnológicas, según el modelo de teléfono.</li> <li>• El ingreso económico de cada estudiante es diferente.</li> <li>• Las ventajas tecnológicas con las que cuenta cada estudiante son diferentes.</li> <li>• Los grupos de referencia a los que pertenecen los universitarios son fundamentales en el uso de teléfono Smartphone.</li> <li>• La familia es un grupo social donde existe presencia importante de teléfonos Smartphone.</li> </ul>

Tabla 3



## **4. Propuesta Estratégica del Plan de Comunicación**

### 4.1 Descripción y justificación de la estrategia comunicativa a implementar.

#### Estrategia interpersonal

La estrategia interpersonal es elegida por facilitar el debate y la discusión entre las personas que se encuentren en el taller sobre la discriminación producida y reproducida por el uso del teléfono celular. Por otro lado permite la comunicación instantánea entre las personas asistentes al taller.

Esta estrategia permite tener un contacto directo con los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc y así poder trabajar con ellos los diversos conceptos que se abordarán dentro del taller “¿yo discrimino?”

Por último se elige ésta estrategia para que los estudiantes puedan realizar ejercicios entre ellos y se propicie el espacio para la reflexión colectiva, con esto lo que se desea es que entre los jóvenes universitarios se brinde apoyo y ayuda en los casos de discriminación por el uso del teléfono celular.

#### Estrategia hipermedial

La estrategia hipermedial se basa en el uso de las redes sociales, Facebook, Twitter y Youtube, todas con las normas y libertades que permite cada una de ellas. Existe un porcentaje menor de los estudiantes que no usa teléfono Smartphone, por lo cual no tiene acceso a estas aplicaciones todo el tiempo, sin

embargo, los resultados del diagnóstico nos arrojan que todos los estudiantes encuestados utilizan, por diversos motivos, las redes sociales, por lo cual la planeación de la estrategia está basada en el espacio de convivencia virtual. Esta estrategia permitirá reforzar las dos estrategias antes mencionadas.

Además, se eligió el uso de la radio vía internet, Radio UACM. Este medio es el canal de comunicación que ha establecido la universidad como medio de comunicación hipermedial con los estudiantes y entre los estudiantes y para los y las estudiantes, por lo cual al ser un canal de la institución escuchado por los integrantes de la comunidad escolar permite realizar el objetivo que se plantea esta estrategia.

#### 4.2 Metas a corto, mediano y largo plazo.

Estrategia	Táctica	Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo
Interpersonal	Taller	Mostrar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México sobre la discriminación que se genera a través del uso del teléfono celular dentro del plantel Cuauhtémoc.	Sensibilizar a los alumnos impartiendo más talleres sobre la discriminación que se genera a través del uso del teléfono celular.	Disminuir la discriminación a través del uso del teléfono celular entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México en el plantel Cuauhtémoc.
		Mostrar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la	Informar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la	Disminuir la discriminación que se da entre los estudiantes

Hipermedial	Spots para radio UACM	Ciudad de México sobre la discriminación que se general a través del uso del teléfono celular dentro del plantel Cuauhtémoc.	Ciudad de México dentro del programa en como disminuir la discriminación por el uso del teléfono celular.	de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México Campus Cuauhtémoc por el uso del teléfono celular.
Hipermedial	Canal de Youtube	Mostrar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México sobre la discriminación que se general a través del uso del teléfono celular dentro del plantel Cuauhtémoc.	Concientizar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México sobre la discriminación producida por el uso del teléfono celular.	Disminución de la discriminación producida y reproducida por los estudiantes del Campus Cuauhtémoc de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Hipermedial	Twitter	Mostrar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México sobre la discriminación que se general a través del uso del teléfono celular dentro del plantel Cuauhtémoc.	Mostrar la discriminación por el uso del teléfono celular entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, plantel Cuauhtémoc.	Disminuir la discriminación producida por el uso del teléfono celular entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
Hipermedial	Página de Facebook	Mostrar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México sobre la discriminación que se general a través del uso del teléfono	Concientizar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México sobre la discriminación producida por el uso del teléfono	Disminuir entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc la discriminación a través del uso

		celular dentro del plantel Cuatepec.	celular.	del teléfono celular.
--	--	--------------------------------------	----------	-----------------------

Tabla 4

#### 4.3 Beneficiarios del Plan de Comunicación.

Los beneficiarios directos del Plan de Comunicación son los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuatepec, pues las estrategias y tácticas están diseñadas para ellos, ya que fueron los estudiantes de este plantel, el objeto de estudio de la investigación.

Los beneficiarios indirectos del Plan de Comunicación son las personas que tienen interacción con los alumnos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuatepec, pues son éstas personas las que forman parte de sus grupos de pertenencia y de interacción social.

#### 4.4 Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos de los beneficiarios.

Para poder determinar el perfil demográfico, psicográfico y sociográfico de los alumnos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuatepec que fueron encuestados se les solicitó mencionaran a qué Licenciatura pertenecen, estado civil, edad y género, además de tomar en cuenta las preguntas 2, 8, 12, 13, 14, 22 y 24. (Consultar instrumento)

Los estudiantes encuestados son habitantes de la Ciudad de México, estos jóvenes se encuentran dentro de las delegaciones aledañas al campus Cuauhtémoc.

Los jóvenes universitarios de la UACM, campus Cuauhtémoc, tienen un estilo de vida tecnológico, pues en el teléfono celular encuentran la forma efectiva de tener comunicación con otras personas que se encuentran dentro de sus grupos de referencia, los cuales son diferentes en cada estudiante. Los grupos sociales en los que se desarrollan los jóvenes, además de la universidad son el trabajo, el GYM, grupos de lectura, centros deportivos y la iglesia.

Tomando en cuenta la clasificación socioeconómica propuesta por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión (AMAI), se considera que los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc pertenecen a un Nivel C y C+.

El primer segmento se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades. Cuenta con una infraestructura básica en entretenimiento y tecnología. Actualmente representa el 17% de los hogares urbanos del país (AMAI, 2015) y el C+ es el segundo estrato con el más alto nivel de vida del país. Al igual que el anterior, este segmento tiene cubiertas todas las necesidades de calidad de vida, sin embargo, tiene limitantes para invertir y ahorrar para el futuro. Actualmente representa el 14.2% de los hogares urbanos del país (AMAI, 2015).

#### 4.5 Desarrollo de estrategias por tácticas.

<b>Taller</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller impartido en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuautepec, con duración de dos horas en donde abordarán temas de discriminación comunicación .</li> </ul>
<b>spots de radio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spots para radio vía internet en donde en cada uno se abordará un tema de discriminación producido a través del uso del teléfono celular con la finalidad de informar a la comunidad universitaria.</li> </ul>
<b>You tube</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal de videos semanales a través de la plataforma <a href="http://www.youtube.com">www.youtube.com</a> donde a manera de comedia se muestra la discriminación que se produce a través del uso del teléfono celular.</li> </ul>
<b>Facebook</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página de <i>facebook</i> en la cual por medio de memes e imágenes se mostrará la discriminación que se produce y reproduce a través del uso del teléfono celular.</li> </ul>
<b>Twitter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red social en la cual en mensajes cortos se busca mostrar la discriminación que se produce a través del uso del teléfono celular.</li> </ul>

Tácticas	Ideas a comunicar
Taller “¿Yo discrimino?”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación – Cómo es que se produce la discriminación con el uso del teléfono celular.</li> <li>• Interacción – Cómo cambió la interacción personal a impersonal a través del celular.</li> <li>• Comunicación – Interpersonal, social, mediática e hipermedial</li> </ul>
Spots para radio UACM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación - Cómo es que se produce la discriminación con el uso del teléfono celular.</li> <li>• Convivencia sana – Comunicación asertiva entre estudiantes de la UACM, Campus Cuautepec.</li> </ul>
Canal de <i>You tube</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación - Cómo es que se produce la discriminación con el uso del teléfono celular.</li> <li>• Uso del teléfono celular – Usos que se le dan actualmente al teléfono celular.</li> </ul>
Página de <i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación - Cómo es que se produce la discriminación con el uso del teléfono celular.</li> <li>• Uso del teléfono celular - Usos que se le dan actualmente al teléfono</li> </ul>

	celular.
<i>Twitter</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación - Cómo es que se produce la discriminación con el uso del teléfono celular.</li> </ul>

Tabla 5

4.6 Descripción de las estrategias con relación a las tácticas que se sugieren para llevarse a cabo.

Tácticas	Medio o canal de intervención
Taller “¿Yo discrimino?”	Se eligió como canal para la implementación de esta táctica la comunicación interpersonal. La comunicación interpersonal permite interactuar de manera inmediata con las personas que compartirán el taller, por lo tanto es propicio para el debate y generar preguntas al especialista.
Spots para radio UACM	El medio elegido para la difusión de los spots de radio es la señal de Radio UACM, a la cual se puede acceder desde la página <a href="http://www.uacm.edu.mx">www.uacm.edu.mx</a> Se elige este canal por ser el medio de comunicación que los estudiantes utilizan para enviar mensajes mediáticos a los alumnos que escuchan la programación de la radio universitaria.
Canal de <i>You tube</i>	El medio elegido para las tres tácticas es el internet a través de las redes sociales. Los estudiantes mencionaron

Página de <i>Facebook</i>	utilizar las tres redes sociales con mayor número de usuarios a nivel mundial, por lo tanto es un canal efectivo para poder enviar mensajes directos a los universitarios en tiempo real, además podrán compartir con sus compañeros el contenido generado en las tres plataformas digitales.
<i>Twitter</i>	

Tabla 6

#### 4.7 Criterios de viabilidad y factibilidad.

El Plan de Comunicación es viable, ya que, las estrategias y tácticas están desarrolladas para que los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, tengan acceso a ellas. Las estrategias y tácticas están pensadas para desarrollarse en el nivel de comunicación interpersonal, con taller “¿Yo discrimino?” el cual se llevará a cabo dentro de las instalaciones de la misma Universidad para que los alumnos puedan asistir.

En el nivel hipermedial con el canal de *You tube*, la cuenta de *Twitter*, la página de *Facebook* y los spots para Radio UACM, teniendo como antecedente por los resultados de las encuestas que todos los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, tienen acceso a internet, aunque no cuenten con un teléfono Smartphone.

#### 4.8 Elaboración del presupuesto.

Tácticas	Recursos
Taller “¿Yo discrimino?”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialista en discriminación por la CONAPRED</li> <li>• Aula Magna</li> <li>• Micrófono</li> <li>• Proyector</li> <li>• Carteles de difusión</li> <li>• \$ 1000.00 pesos</li> </ul>
Spots de radio UACM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locutor y productor</li> <li>• Cabina de radio</li> <li>• Internet</li> <li>• \$ 10,000.00 pesos</li> </ul>
Canal de <i>You tube</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vloguero</li> <li>• Cámara de video</li> <li>• Computadora</li> <li>• Programa de edición</li> <li>• Internet</li> <li>• \$ 3000.00 pesos</li> </ul>
Página de <i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Community Manager</li> <li>• Computadora</li> <li>• Programa de creación de imagen</li> <li>• Internet</li> <li>• \$ 4000.00 pesos</li> </ul>
<i>Twitter</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Community Manager</li> <li>• Computadora/celular</li> <li>• Internet</li> <li>• \$ 4000.00 pesos</li> </ul>

Tabla 7

#### 4.9 Diseño de bocetos.

##### Estrategia Interpersonal

###### ➤ Táctica Taller

Nombre del taller: “¿Yo discrimino?”

Fecha: 8 de julio del 2017

Horario: 13:00 hrs

Lugar: Aula magna 8 de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc

Beneficiarios: Estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc

Tema: Discriminación a través de teléfonos Smartphone

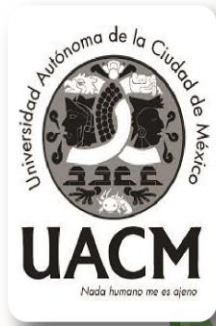
Objetivos: Evidenciar la discriminación que se produce y reproduce entorno al uso del teléfono celular

Duración	Actividad	Desarrollo
5 minutos	Presentación del taller	En este espacio se dará el tiempo para que el especialista mencione el objetivo y metas del taller.
10 minutos	¿Qué es la discriminación?	Se abordará la definición de discriminación, así como el impacto negativo que tiene en la sociedad.

15 minutos	Comunicación no verbal	Se dirá cómo se ejerce la comunicación no verbal al usar el teléfono celular y se realizará un ejercicio sobre lo expuesto por el especialista.
10 minutos	Interacción con y sin celular ¿Es posible?	Se dará el concepto de interacción y se realizará un análisis de sobre si puede ser posible o no la interacción entre las personas sin el celular.
20 minutos	Ejercicio sobre discriminación	Se realizarán equipos de tres personas para elaborar una escena donde se discrimine a un compañero por el uso del teléfono celular.
5 minutos	Descanso	Descanso por parte de los asistentes y el especialista
15 minutos	Análisis sobre discriminación dentro del Campus Cuauhtémoc de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México	El especialista preguntará a los asistentes sobre si han visto alguna de las escenas que se representaron en el ejercicio.
15 minutos	¿Cómo prevenir la discriminación a través del uso del teléfono	El especialista dará posibles soluciones para la disminución de la discriminación que se

	celular?	produce y reproduce a través del uso de teléfono celular.
15 minutos	Ejercicio sobre NO discriminación	Se realizarán equipos de tres personas para elaborar una escena donde no se discrimine a un compañero por el uso del teléfono celular.
5 minutos	Comentarios y conclusiones del taller	Se realizarán conclusiones por parte de los alumnos asistentes al taller y se generarán comentarios de los expuesto en el mismo.
5 minutos	Cierre de taller	Despedida del especialista

Tabla 9



# Te invita al taller



## Yo Discrimino?

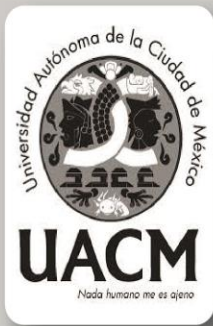
Impartido por CONAPRED  
8 de Julio de 2017, 13:00  
Aula Magna 8, Campus Cuatepec

Se otorgará constancia de asistencia



**CONAPRED**  
Consejo Nacional para  
Prevenir la Discriminación

**UACM**  
Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México  
*Nada humano me es ajeno*



Te invita al taller

# Yo Discrimino ?



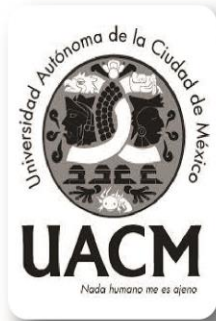
Impartido por CONAPRED

8 de Julio de 2017, 13:00

Aula Magna 8, Campus Cuauhtepac

Se otorgará constancia de asistencia





# Te invita al taller

## Yo Discrimino?



### Impartido por CONAPRED

Se otorgará constancia de asistencia

8 de Julio de 2017, 13:00  
Aula Magna 8, Campus Cuatepec



**CONAPRED**  
Consejo Nacional para  
Prevenir la Discriminación

**UACM**  
Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México  
*Nada humano me es ajeno*



# Te invita al taller

Impartido por CONAPRED

## Yo Discrimino ?



Se otorgará constancia de asistencia

8 de Julio de 2017, 13:00  
Aula Magna 8, Campus Cuauhtémoc



**CONAPRED**  
Consejo Nacional para  
Prevenir la Discriminación

**UACM**  
Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México  
*Nada humano me es ajeno*

Estrategia Hipermedial

- Táctica Spots para radio UACM

## **Spots para radio UACM**

### **Tema de los spots**

Los spots tratarán sobre la discriminación y cómo prevenir la discriminación que existe dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, por el uso del teléfono celular.

### **Objetivos de los spots**

- Sensibilizar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc, sobre la discriminación que se produce y reproduce por el uso del teléfono celular.
- Disminuir la discriminación que se produce y reproduce en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc a través del uso del teléfono celular.

### **Público Meta:**

El público al que va dirigida la información que se presenta en los spots son los estudiantes del Campus Cuauhtémoc de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

### **Estructura y recursos radiofónicos:**

Participarán 3 locutores, el tema se desarrollará con un ambiente de escuela

**Duración:**

Los spots tendrán una duración de 40 segundos

**Periodicidad:**

La transmisión será los días lunes, miércoles y viernes,

**Horario propuesto:**

Los horarios propuestos son matutino (10:00 hrs), vespertino (14:00 hrs) y nocturno (18:00 hrs), ya que son los horarios en los que los estudiantes escuchan la radio por internet.

**Necesidades de producción:**

El tiempo que se necesita el estudio para grabación es de 3 horas.

Recursos técnicos: micrófono Shure, consola, computadora MAC con programa de grabación (Nuendo)

Recursos humanos: locutor, productor, operador y editor.





Tema: Discriminación Duración: 40”

Guion: Javier Zenteno Delgado

OP. FADE IN AMBIENTE ESCOLAR, SE MANTIENE 3 SEGUNDO Y BAJA  
A SEGUNDO PLANO.

LOCUTOR 1 [RISAS] FERNANDO TRAE UN NUEVO CELULAR, UN *SMARTPHONE*,  
PERO NO LO SABE USAR, ES UN TONTO, NO SABE DE  
TECNOLOGÍA, ADEMÁS DE NO SER DE UNA MARCA RECONOCIDA.

LOCUTOR 2 QUIZÁS SÓLO LO COMPRO POR QUE LE GUSTO EL MODELO DE  
CELUAR.

LOCUTOR 1 NO CREO, ES UN IGNORANTE EN TECNOLOGÍA Y POBRE.

LOCUTOR 3 ¡HOLA SOY FERNANDO! MI CELULAR NO ES DE MARCA  
RECONOCIDA Y AÚN NO SÉ USAR LAS APLICACIONES, PERO ME  
GUSTA Y ME SIENTO CÓMODO CON MI *SMARTPHONE*.

¡EL CELULAR NO DISCRIMINA, LAS PERSONAS SI!

OP. FX CHICHARRA ESCOLAR, SE MANTIENE 2 SEGUNDO, FADE OUT  
AMBIENTE ESCOLAR.



Tema: Discriminación                      Duración: 40”

Guion: Javier Zenteno Delgado

OP.                      FADE IN AMBIENTE ESCOLAR, SE MANTIENE 3 SEGUNDOS, BAJA  
A SEGUNDO PLANO, FX CAÍDA CELULAR.

LOCUTOR 1                      ¡YA SE DESCOMPUSO MI CELULAR!

LOCUTOR 2                      NO TE PREOCUPES HAY UNOS TELÉFONOS BASTANTE ECONÓMICOS  
EN EL CENTRO COMERCIAL.

LOCUTOR 1                      ¿ECONÓMICOS? PARA NADA, YO SÓLO USO DE MARCA RECONOCIDA  
Y QUE SU VALOR SEA MAYOR A \$ 5,000.00 PESOS, PORQUE YO  
SI TENOG PARA COMPRARME CON LUJO, NO COMO TODOS LOS DEL  
SALÓN QUE NO TIENEN DINERO.

LOCUTOR 2                      ¡HOLA! YO TENGO MI CELULAR, ME GUSTA Y ME FUNCIONA,  
CADA QUIEN TIENE EL SUYO PARA SUS PROPIAS NECESIDADES.

¡EL CELULAR NO DISCRIMINA, LAS PERSONAS SI!

OP.                      FADE OUT AMBIENTE ESCOLAR.

Tema: Convivencia sana      Duración: 40”

Guion: Javier Zenteno Delgado

OP.                            ENTRA MÚSICA DE FONDO, SE MANTIENE 3 SEGUNDO Y BAJA A  
SEGUNDO PLANO.

LOCUTOR 1                EL TELÉFONO CELULAR ES UN OBJETO QUE HA TOMADO  
RELEVANCIA EN LA VIDA DIARIA DE LOS JÓVENES.

LOCUTORA 2              ME MANDAS UN MENSAJE POR LA NOCHE

LOCUTOR 3                ¡CLARO! Y HACEMOS VIDEO LLAMADA

LOCUTOR 1                QUE EL CELULAR NO SE CONVIERTA EN UN MEDIO POR EL CUAL  
DISCRIMINES A TUS COMPAÑEROS.

POR UNA CONVIVENCIA SANA EN TU UNIVERSIDAD ¡EL CELULAR  
NO DISCRIMINA, LAS PERSONAS SI!

OP.                            SUBE MÚSICA DE FONDO A PRIMER PLANO, SE MANTIENE 4  
SEGUNDOS Y REALIZA FADE OUT.





Tema: Convivencia sana      Duración: 40”

Guion: Javier Zenteno Delgado

OP. ENTRA AMBIENTE ESCOLAR, SE MANTIENE 4 SEGUNDOS Y BAJA A  
SEGUNDO PLANO

LOCUTORA 1      EN MI CASA TODOS USAMOS *SMARTPHONE* Y NOS MANDAMOS  
MENSAJES A TRAVES DE TODAS LAS APLICACIONES QUE  
DESCARAGAMOS.

LOCUTOR 2      EN MI CASA PREFERIMOS LLAMARNOS, NOS HACE SENTIR MÁS  
PRESENTES Y MEJOR COMUNICADOS, ADEMÁS NOS ME GUSTAN LOS  
TELÉFONOS *SMARTPHONE*.

LOCUTORA 1      LAS NECESIDADES DE CADA PEROSNA Y DE CADA FAMILIA SON  
DIFERENTES, YO RESPETO LAS DECISIONES DE MIS COMPAÑEROS

LOCUTOR 3      QUE EL CELULAR NO SE CONVIERTA EN UN MEDIO POR EL CUAL  
DISCRIMINES A TUS COMPAÑEROS. POR UNA CONVIVENCIA SANA  
EN TU UNIVERSIDAD ¡EL CELULAR NO DISCRIMINA, LAS  
PERSONAS SI!

OP. SUBE AMBIENTE ESCOLAR A PRIMER PLANO, SE MANTIENE 4  
SEGUNDO Y REALIZA FADE OUT

Tema: Convivencia sana                      Duración: 40”

Guion: Javier Zenteno Delgado

OP.                      ENTRA MÚSICA DE FONDO, SE MANTIENE 3 SEGUNDOS Y BAJA A  
SEGUNDO PLANO

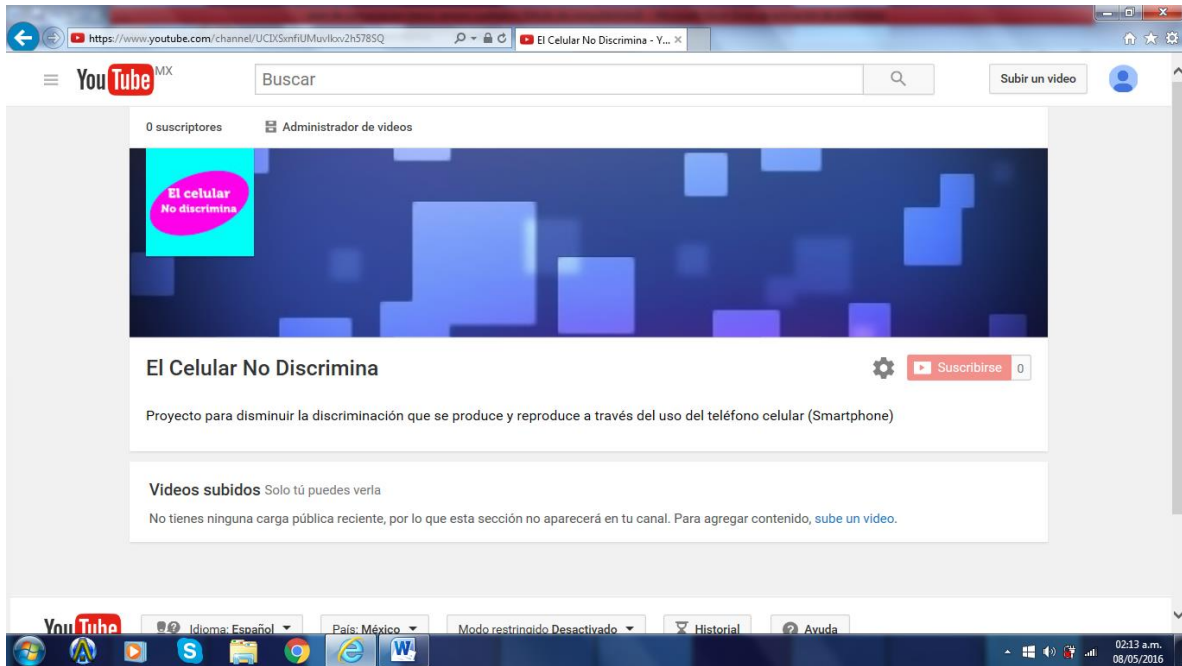
LOCUTOR 1                      ME GUSTARÍA TENER UN TELÉFONO *SMARTPHONE* COMO EL TUYO,  
PERO NO SÉ USAR LAS APLICACIONES QUE TIENEN Y MENOS SE  
DESCARGARLAS DESDE LA TIENDA ON LINE.

LOCUTOR 2                      ES MUY SENCILLO Y RÁPIDO, SÓLO NECESITAS TENER TU  
CUENTA DE CORREO ELECTRÓNICO, SI QUIERES AHORA QUE TE  
COMPRES UNO, TE ENSEÑO A USAR TODAS SUS FUNCIONES Y  
APLICACIONES

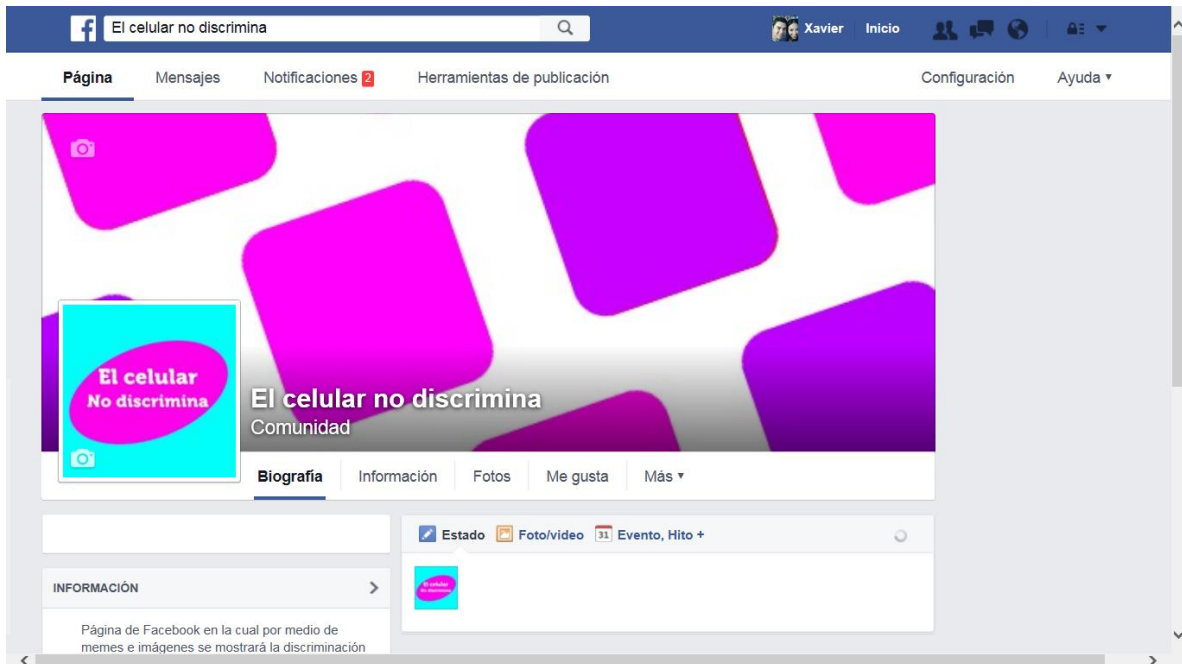
LOCUTOR 3                      QUE EL CELULAR NO SE CONVIERTA EN UN MEDIO POR EL CUAL  
DISCRIMINES A TUS COMPAÑEROS. POR UNA CONVIVENCIA SANA  
EN TU UNIVERSIDAD ¡EL CELULAR NO DISCRIMINA, LAS  
PERSONAS SI!

OP.                      SUBE MÚSICA DE FONDO A PRIMER PLANO, SE MANTIENE 4  
SEGUNDOS Y FADE OUT.

➤ Táctica Canal de *You tube*



➤ Táctica página de Facebook



Facebook page header: **El celular no discrimina**

Navigation: **Página** | Mensajes | Notificaciones 2 | Herramientas de publicación | Configuración | Ayuda

Left sidebar:

- Ver noticias de páginas
- Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página
- Promociona tu página por \$36
- INFORMACIÓN
- CONSEJOS PARA PÁGINAS

Main content:

**El celular no discrimina** agregó una foto nueva.  
1 de mayo a las 2:21



INFORMACIÓN:

- Página de Facebook en la cual por medio de memes e imágenes se mostrará la discriminación que se produce y reproduce a través del uso del teléfono celular
- Agregar sitio web

CONSEJOS PARA PÁGINAS:

- Ayuda a las personas a actuar

Browser address bar: <https://www.facebook.com/El-celular-no-discrimina-1521790991462392/>

Facebook page header: **El celular no discrimina**

Navigation: **Página** | Mensajes | Notificaciones | Estadísticas | Herramientas de publicación | Configuración | Ayuda

Main content:

**El celular no discrimina**  
4 min

¡Vive y deja vivir!



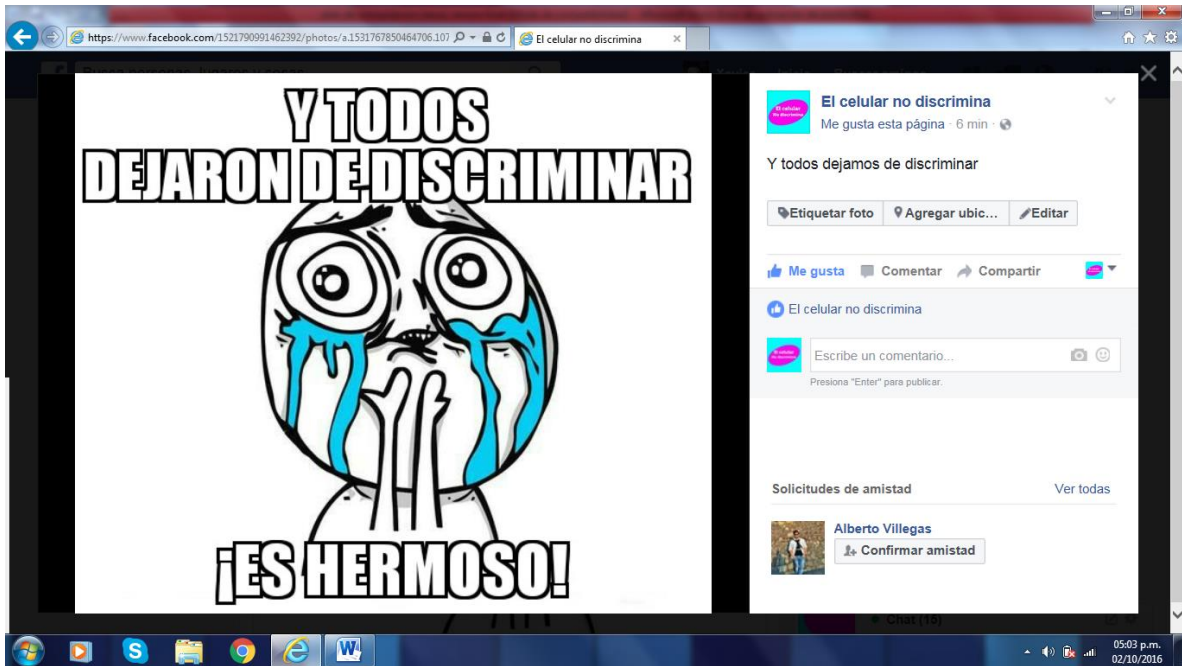
INFORMACIÓN:

- Página de Facebook en la cual por medio de memes e imágenes se mostrará la discriminación que se produce y reproduce a través del uso del teléfono celular
- Agregar un sitio web

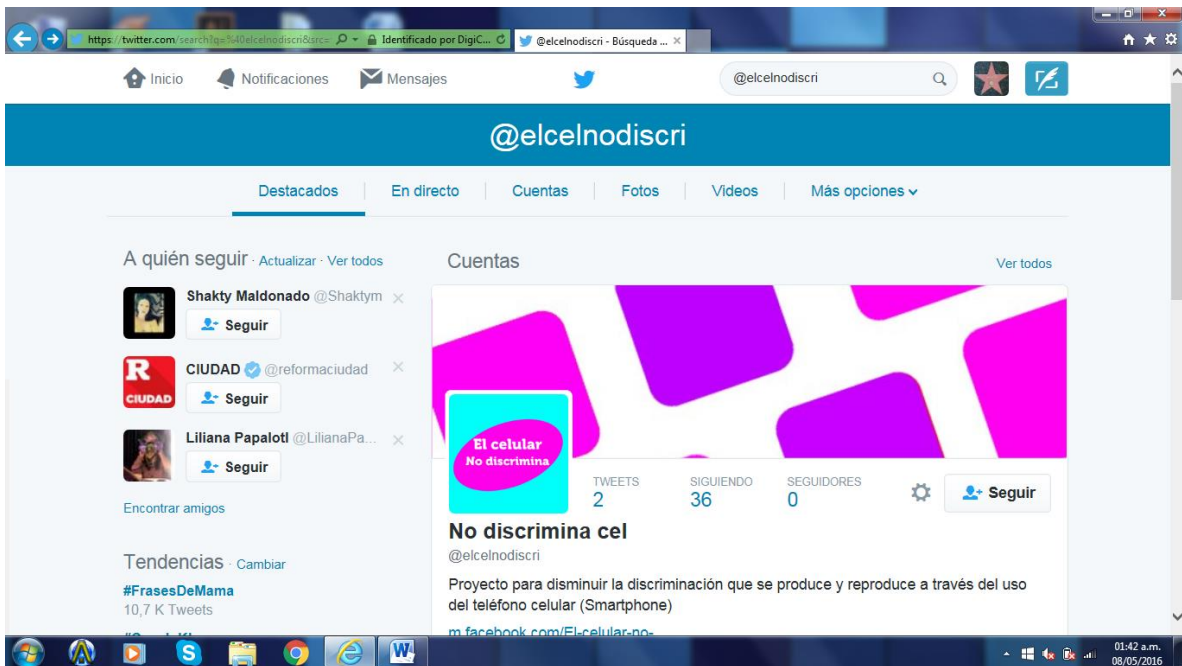
CONSEJOS PARA PÁGINAS:

- ¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?
- Ayuda a las personas a actuar
- Atrae personas a tu sitio web

Windows taskbar: 05:02 p.m. 02/10/2016



➤ Táctica cuenta de Twitter



https://twitter.com/search?q=%40elcelnodiscrimi&src=typd Twitter, Inc. [US] @elcelnodiscrimi - Búsqueda ...

Inicio Notificaciones Mensajes @elcelnodiscrimi

Seguir

"Virgencita Plis" @V\_Plis Seguir

CNN en Español @CNNEE Seguir

Encontrar amigos

Tendencias · Cambiar

- #FrasasDeMama 10,7 K Tweets
- #CaneloKhan 189 K Tweets
- #LadyCemento 5.270 Tweets
- #HayQueDejarnosDeMamadas
- #NecesitoDineroPara 17,2 K Tweets
- #PorEsoLloroComoMagdalena
- #TeHaceFaltaVerMasBax

**El celular No discrimina**

TWEETS 2 SIGUIENDO 36 SEGUIDORES 0 Seguir

**No discrimina cel**  
@elcelnodiscrimi

Proyecto para disminuir la discriminación que se produce y reproduce a través del uso del teléfono celular (Smartphone)  
[m.facebook.com/EI-celular-no-...](https://m.facebook.com/EI-celular-no-...)

**No discrimina cel** @elcelnodiscrimi · 2 min  
El #Celular debe ser un medio de #Comunicación no de #Exclusión

**No discrimina cel** @elcelnodiscrimi · 1 may  
#YoNoDiscrimino #ElCelularNoDiscrimina  
#Smartphone #Discriminación #SiDiscriminoHayTabla

01:43 a.m. 08/05/2016

https://twitter.com/elcelnodiscrimi Twitter, Inc. [US] No discrimina cel (@elceln...

Inicio Momentos Buscar en Twitter ¿Tienes cuenta? Iniciar sesión

ter stegen 78 K Tweets

#RyderCup 179 K Tweets

#Eleicoes2016 70,2 K Tweets

Julio Jones 86,6 K Tweets

#XFactor 92,7 K Tweets

Antioquia 9.224 Tweets

Dória 48,2 K Tweets

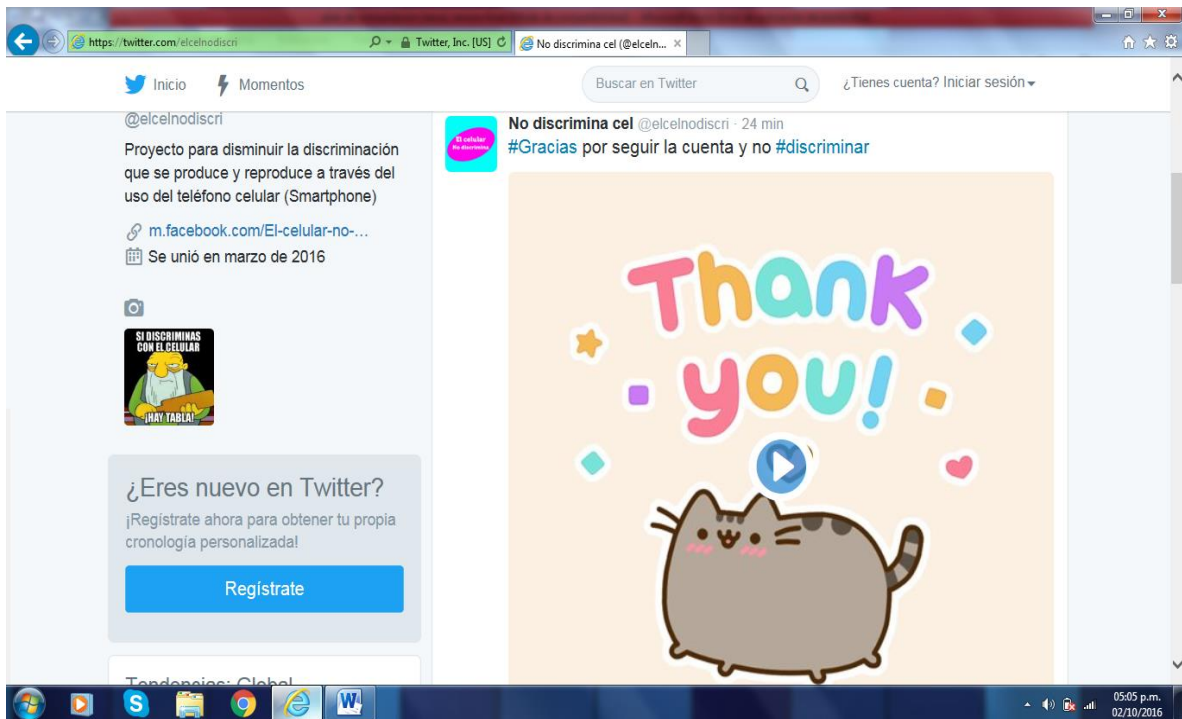
Barca 212 K Tweets

© 2016 Twitter Sobre nosotros Ayuda Condiciones Privacidad Cookies Información sobre anuncios

**No discrimina cel** @elcelnodiscrimi · 25 min  
Un #aplauzo por la no discriminación en el uso de teléfono #celular

**No discrimina cel** @elcelnodiscrimi · 26 min  
Yo no #discrimino por el uso del #celular

05:05 p.m. 02/10/2016



#### 4.10 Cronograma

2017				
Táctica	Abril	Mayo	Junio	Julio
Taller “¿Yo discrimino?”				
Cápsulas para radio UACM				
Canal de Youtube				
Página de Facebook				
Twitter				

Tabla 8



## 5. Propuesta de Evaluación del Plan estratégico y táctico

### 5.1 Selección y justificación de técnicas e instrumentos de evaluación.

Se utilizó el método cuantitativo, el cual tiene como objetivo recolectar datos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, La hipótesis o supuesto de partida se responde por medio de la numeración y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento, así mismo desarrolla un plan para probar las variables de un determinado contexto para analizar las mediciones obtenidas, con esto se busca analizar los efectos del plan comunicativo, en la muestra, estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuauhtémoc (Portillo, 2005),

### 5.2 Presentación del instrumento de evaluación.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México **UACM**  
*Nada humano me es ajeno*

El siguiente cuestionario es estrictamente de carácter académico. Las respuestas proporcionadas con total discreción y confidencialidad.

Licenciatura \_\_\_\_\_ Turno \_\_\_\_\_

Género \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

1.- ¿Tienes teléfono celular?

a) Sí      b) No

2.- ¿El teléfono celular que utilizas es Smartphone?

a) Sí      b) No

3.- ¿Has escuchado algún comentario ofensivo hacia algún compañero de la universidad por no usar un teléfono celular Smartphone? De contestas No, pasar a la pregunta 5

a) Sí      b) No

4.- De las siguientes frases cuál o cuáles has escuchado hacía algún compañero de la universidad.

a) Es pobre    b) No sabe de tecnología    c) Es naco    d) No le gustan

5.- ¿En la UACM, Campus Cuauhtémoc existe algún plan de comunicación o campaña para prevenir la discriminación por el uso de teléfono celular? De contestar No, pasar a la pregunta 7.

a) Sí      b) No

6.- ¿Consideras que el plan de comunicación o campaña que conoces ha funcionado? De contestar Sí, pasar a la pregunta 8.

a) Sí      b) No

7.- ¿Por qué consideras que no ha funcionado el plan de comunicación o campaña para prevenir la discriminación por el uso de teléfono celular?

a) Falta difusión    b) No me identifico con el plan o campaña

c) Me gustaría más estrategias    d) No entiendo el objetivo del plan o campaña

8.- ¿Conoces la página de Facebook, canal de Youtube y cuenta de Twitter “El cel no discrimina”? De contestar No, se termina la encuesta en esta pregunta.

a) Sí    b) No

9.- ¿Qué pensaste al ver el contenido de la página de Facebook, el canal de Youtube y la cuenta de Twitter de “El cel no discrimina”?

a) Es malo discriminar    b) No discriminaré a mis compañeros

c) Me he sentido discriminado    d) Si discrimino no se dan cuenta

e) Todos discriminan    f) No pensé en nada sobre la discriminación

10.- ¿Compartirías con tus compañeros de la UACM, Campus Cuauhtémoc el contenido de la página de Facebook, el canal de Youtube y la cuenta de Twitter de “El cel no discrimina”?

a) Sí    b) No

### 5.3 Alcances y limitaciones del Plan de Comunicación.

El alcance del objetivo del presente plan de comunicación se encuentra únicamente dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus

Cuautepec. El plan de comunicación está basado en estrategias y tácticas en un nivel hipermedial, las cuales pueden ser visualizadas y compartidas a nivel global, sin embargo el plan está implementado y diseñado exclusivamente para la UACM Campus Cuautepec, pues, las estrategias y tácticas propuestas, estas diseñadas para intervenir dentro de la comunidad estudiantil del turno matutino y vespertino de dicho campus.

La limitación del plan de comunicación es la baja participación que existe de los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuautepec, para poder desarrollar las estrategias y tácticas dentro de la comunidad estudiantil, pues se les invito a seguir la página de *Facebook*, el canal de *You tube* y la cuenta de *Twitter* de “El cel no discrimina” y hubo baja respuesta por seguir el contenido de las estrategias hipermediales.

Algunos jóvenes no cuentan con teléfono celular Smartphone para revisar sus cuentas electrónicas como *Facebook*, *Twitter* y *You tube*, sin embargo respondieron en la encuesta de diagnóstico que revisaban sus perfiles por medio de una computadora, por lo cual las estrategias y tácticas están disponibles para toda la comunidad estudiantil de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuautepec.

#### 5.4 Reflexiones éticas sobre el Plan de Comunicación

El Plan de Comunicación, *Discriminación a través del uso del teléfono celular entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus*

*Cuautepec*, es viable y totalmente válido para su correcta ejecución, pues cuenta con estrategias y tácticas que promueven los principales valores de la sociedad, como el respeto, confianza, honestidad, además de reforzar la comunicación y la convivencia entre los estudiantes de la UACM, Campus Cuautepec.

El científico social tiene un papel importante en la sociedad que lo rodea, pues interviene en problemas actuales, los cuales pueden presentarse en cualquier comunidad. Es por eso que la intervención y la ejecución de un plan de comunicación dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuautepec es necesaria para prevenir la discriminación que se produce y reproduce entre los estudiantes de dicha institución.

Además este plan no sólo está creado para las generaciones que actualmente se encuentran dentro del campus Cuautepec, pues está creado para ser implementado con generaciones posteriores a las que ahora convergen dentro de las aulas. Es un plan de comunicación incluyente, el cual está al alcance de todos los universitarios de dicha casa de estudios, pues en la actualidad las redes sociales y en especial las elegidas para ejecutar las estrategias son usadas por todos los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, campus Cuautepec, como lo arrojan los datos mostrados en el apartado “Diagnóstico”.

El presente plan de comunicación promueve los principales valores de la sociedad mexicana, los cuales tiene como principal objetivo mantener una convivencia estable y sin agresiones entre las personas que tienen contacto día a día.

## 5.5 Conclusiones generales.

Ésta investigación tuvo tres objetivos 1) Detectar si el uso del teléfono celular y sus aplicaciones de comunicación son los responsables de producir y reproducir la discriminación entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc. 2) Diseñar un plan estratégico efectivo dentro del Campus Cuauhtémoc de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México para disminuir la discriminación por el uso del teléfono celular y 3) desarrollar tácticas adecuadas para fortalecer la comunicación interpersonal entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc.

Se formuló la pregunta de investigación ¿Es el uso del teléfono celular y sus aplicaciones de comunicación son los responsables de producir y reproducir la discriminación entre estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc? generando el siguiente supuesto de partida, en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc existe discriminación entre los estudiantes por el uso del teléfono celular.

Debido a que existen múltiples marcas de telefonía celular en el mercado los estudiantes pueden adquirir el que mejor se ajuste a su presupuesto y necesidades, ocasionando que aquellos alumnos que pueden obtener un teléfono de última generación produzcan discriminación hacia los estudiantes que no cuentan con un celular con las mismas ventajas tecnológicas.

Así mismo, las variadas opciones de comunicación instantánea y virtual que se originan desde las aplicaciones que se localizan en el celular generan

discriminación, el estudiante que no cuenta con un teléfono inteligente no puede tener acceso a las herramientas de comunicación en las que sus compañeros comparten un espacio simbólico. Esto desencadena que los estudiantes con ventaja tecnológica no compartan las mismas habilidades, contexto e información con los que no tienen acceso a la comunicación virtual, provocando una discriminación no consiente e invisible entre los estudiantes de la universidad.

Teniendo en cuenta lo anterior se menciona que se dio respuesta a la pregunta de investigación con ayuda del trabajo de campo que se realizó dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc. La respuesta ayuda a confirmar la primera parte del supuesto de partida, se confirma que dentro del Campus Cuauhtémoc, de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México existe discriminación entre estudiantes por el uso del teléfono celular, pues se encontraron indicadores de ello, por ejemplo los alumnos llaman “naco”, “pobre” o “ignorante” a los compañeros que no cuentan con un teléfono celular Smartphone.

El no tener dinero para poder comprar un teléfono de última generación es un factor de discriminación entre los universitarios de dicha casa de estudios, además si algún compañero no sabe de aplicaciones o de teléfonos Smartphone se menciona es ignorante por no saber de tecnología

Además la marca comercial tiene un valor significativo entre los universitarios, pues prefieren utilizar una marca reconocida a nivel mundial, para tener un estatus de poseedores de la última tecnología y lo mejor en telefonía celular, pues en las encuestas mencionaron que la marca es importante.

El no tener un teléfono Smartphone no es impedimento para tener comunicación a través de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, las cuales pueden revisarse a través de una computadora con acceso a internet en su casa.

La segunda parte del supuesto de partida menciona que los estudiantes universitarios al no tener un teléfono Smartphone y por lo tanto no tener aplicaciones de comunicación que exclusivamente pueden ser descargadas y utilizadas desde un teléfono de esa gama, se encuentran fuera de contexto y del espacio simbólico creado por los usuarios de estas aplicaciones, es correcta, pues una parte alta de los alumnos encuestados mencionaron que utilizan para comunicarse con sus compañeros aplicaciones como Whats App, Line y Periscope, generando que los alumnos que no tienen acceso a esas herramientas no puedan integrarse a los diferentes espacios creados por los mismos universitarios.

Así mismo se menciona que los tres objetivos de la investigación se desarrollaron de manera correcta, pues el primer objetivo se realiza detectando que entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc se produce y reproduce la discriminación a través de uso del teléfono celular.

Se realizó un diagnóstico con ayuda de la estrategia metodológica sobre la discriminación que se produce y reproduce entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc, a través del uso del teléfono celular.

Teniendo claro el diagnóstico se procede a diseñar un plan estratégico adecuado para las necesidades y requerimientos que tienen los estudiantes universitarios y con éste disminuir la discriminación producida y reproducida por el uso del teléfono celular. Las estrategias se encuentran desarrolladas en el nivel de comunicación interpersonal e hipermedial.

Se desarrollan las tácticas necesarias para fortalecer la comunicación entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc. Las tácticas son, crear un canal de contenido en la plataforma *YouTube*, una página de *Facebook*, una cuenta de *Twitter*, producir y transmitir cápsulas de radio a través de la plataforma institucional “Radio UACM” y la impartición de un taller.

Para finalizar se debe mencionar que el presente Plan de Comunicación puede ser aplicado en las instituciones de educación que en el cual se tenga la misma problemática social que presenta la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en su campus Cuauhtémoc.



## Fuentes de consulta

Abd-El-Kader, Y. J. Dorat, A. Pérez, P. RabbyCoddou, M. Zamorano, A. P. (2012) *Entrar a la cuarta pantalla: Manual para pensar en móvil*, Trabajo final del Proyecto para la obtención de Título de Magister en Comunicación, mención Periodismo Digital. Universidad Mayor, Instituto de Comunicación y Nuevas Tecnologías. P 14 - 34 En <http://usando.info/wp/wp-content/uploads/2013/01/Tesis-4ta-pantalla-2012-UMayor.pdf> Consultado 18 de septiembre de 2016

Arias, M. A. Ávila, C. M. Enciso, L. F. Garzón, J. C. Matías, S. J. Peralta, L. M. Preciado, D. M. Torres L. C. Salazar, P.A. Vega D. (2011) *Influencia de los Smartphones en los estilos de vida de los jóvenes universitarios y jóvenes ejecutivos en la ciudad de Bogotá*. Tesis de posgrado de Ciencias Administrativas. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano. En [http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field\\_attached\\_file/influencia\\_de\\_los\\_smartphones\\_en\\_los\\_estilos\\_de\\_vida\\_de\\_los\\_jovenes\\_universitarios\\_y\\_jovenes\\_ejecutivos\\_en\\_la\\_ciudad\\_de\\_b1.pdf](http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/influencia_de_los_smartphones_en_los_estilos_de_vida_de_los_jovenes_universitarios_y_jovenes_ejecutivos_en_la_ciudad_de_b1.pdf) Consultado 2 de noviembre del 2015

Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión, AMAI. (2015) en <http://nse.amai.org/nseamai2/> Consultado 1 de diciembre del 2015

CONAPRED, Consejo Nacional Para Prevenir la Discriminación, (2015) en [http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=84&id\\_opcion=142&op=142](http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=84&id_opcion=142&op=142) Consultado en 2 de noviembre del 2015

Crovit, Druetta, D. Garay, Cruz, L. M. López, González, R. Portillo, Sánchez, M. (2011). *Uso y apropiación de la telefonía móvil. Opiniones de los jóvenes*

*universitarios de la UNAM, la UACM y la UPN*, Derecho a comunicar, Num 3, p. 54-73, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, en <http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=browse&id=5961> Consultado en 3 de noviembre del 2015

Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*, p. 134, 243, 282. Madrid. Morata. Consultado 4 de noviembre del 2015

Gallego, J. A. (2012) *Comunidades virtuales y redes sociales*, p 6 -35, Wolters Kluwer. En <http://www.kimera-mk.com/downloads/Comunidades-virtuales-y-redes-sociales.pdf> Consultado 18 de septiembre del 2016

Instituto Mexicano de la Juventud, IMJUVE. (2008), en <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/investigacion/docs/Perspectiva%20de%20la%20juventud%20en%20M%C3%A9xico.pdf> consultado 1 de noviembre 2015

Martínez, J. S. (2004) *Estrategias metodológicas y técnicas para la investigación social*, p. 6, Universidad Mesoamericana. En <http://www.geiuma-oax.net/sam/estrategiasmetytecnicas.pdf> Consultado en 22 de junio del 2016

Portillo, M. (2005). *Antología de Metodología Cuantitativa*, p. 320-321, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Consultado en 19 de octubre del 2015

Prensky, M. (2001). *Nativos e Inmigrantes Digitales*, p. 1-23, Distribuidora SEK, S.A. en [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf) Consultado en 2 de noviembre del 2015

Real Academia de la Lengua Española, (2015) en <http://dle.rae.es/?id=QC8g3PD|QC9Aryd> consultado en 29 de noviembre del 2015

Rizo, M. (2005). *Antología de Metodología Cualitativa*, p. 210-112, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Consultado en 19 de octubre del 2015

Ruelas, A. L. (2010) *El teléfono celular y sus aproximaciones para su estudio*, *Comunicación y Sociedad Nueva*, 14, p 143-163, DECS, Universidad de Guadalajara; en <http://www.redalyc.org/pdf/346/34615372006.pdf> Consultado en 9 de octubre del 2015

Tejedor, F. J. (2003) *Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y la Investigación Educativa*, p 1-23, Universidad de Salamanca, en [http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/06/06articulos/monografico/pdf\\_6/tejedor.pdf](http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/06/06articulos/monografico/pdf_6/tejedor.pdf) Consultado en 9 de octubre del 2015

Van W. A. (2009). *Uso de teléfonos móviles por los jóvenes*, *Cuadernos de información*, núm 25, p. 5-14, Pontificia Universidad Católica de Chile, en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97112696002> Consultada en 5 de octubre del 2015



Discriminación a través del uso del teléfono celular entre los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), Campus Cuauhtémoc

Javier Zenteno Delgado

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación y Cultura

Ciudad de México

2016

## Anexos

Tablas de los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Campus Cuauhtémoc.

Licenciaturas	Estudiantes encuestados
Nutrición	1
Ingeniería en Sistemas Electrónicos	1
Ingeniería en Transporte Urbano	2
Ingeniería en Software	2
Promoción de la Salud	2
Creación Literaria	3
Derecho	4
Arte y Patrimonio Cultural	5
Historia y Sociedad Contemporánea	6
Ciencia Política y Administración Urbana	8
Ciencias Sociales	8
Comunicación y Cultura	28
Total	70

Género	Estudiantes encuestados
Masculino	29
Femenino	41

Edad	Estudiantes encuestados
17	1
18	1
19	7
20	12
21	5
22	8
23	9
24	6
25	9
26	3
27	6
28	2
29	1

Estado civil	Estudiantes encuestados
Soltero	59
Casado	10
Separado	1

¿Tienes teléfono celular?	
Sí	70
No	0

¿El teléfono que usas es Smartphone?	
Sí	50
No	20

¿Usarías un teléfono que no fuera Smartphone?	
Sí	46
No	24

¿Por qué si usarías un teléfono que no fuera un Smartphone?	
Sólo lo uso para llamadas	26
No uso aplicaciones	4
Me comunico por mensaje (MSN)	5
Me gustan esos teléfonos	11

¿Por qué no usarías un teléfono que no fuera Smartphone?	
Necesito las aplicaciones	5
Son baratos	2
Me comunico por las redes sociales	6
No me gustan esos teléfonos	11

¿Has escuchado comentarios ofensivos a algún compañero de la universidad por no tener un teléfono Smartphone?	
Sí	24
No	46

De las siguientes frases ¿Cuál has escuchado hacia un compañero que no tenga un teléfono Smartphone?	
Es pobre	13
No sabe de tecnología	7
Es naco	3
No le gustan	1

¿Qué marca es tu celular?	
I Phone	5
Samsung	19
Nokia	4
Sony	7
Hawueii	5
Ek	0
INCO	2
Lg	7
Otra	2

¿Usarías un teléfono que no fuera de una marca reconocida?	
Sí	42
No	28

¿Por qué sí usarías un teléfono que no fuera de una marca reconocida?	
Uso cualquier teléfono	9
La marca no me importa	24
Me gusta usa marcas no reconocidas	1
Necesito un teléfono	8

¿Por qué no usarías un teléfono de una marca no reconocida?	
Sólo uso teléfonos de marca reconocida	9
La marca es importante	11
Me sentiría mal de usar uno no reconocido	3
Me daría pena	5

¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un teléfono celular?	
\$ 300 a \$ 1000	23
\$ 1000 a \$ 4000	36
\$ 4000 a \$ 7000	11
\$ 7000 a \$ 10 000	0
\$ 10 000 a \$ 15 000	0
Más de \$ 15 000	0

¿En qué plan se encuentra tu celular?	
Pre pago	50
Renta mensual	14
No sé	6

¿Tienes acceso a internet?	
Sí	61
No	9

¿Cómo accedes a internet?	
Wi-fi	46
Datos móviles (Pre pago)	13
Datos móviles (Renta limitados)	6
Datos móviles (Renta ilimitados)	5

¿Utilizas alguna aplicación de comunicación en tu teléfono celular?	
Sí	61
No	7
No sé qué es un aplicación de comunicación	3

¿Qué aplicación utilizas con mayor frecuencia en tu teléfono celular?	
Whats app	33
Line	0
Messenger	1
Periscope	0
Twitter	0
SpeakOn	0
Whats app y Messenger	17
Whats app, Messenger y Twitter	7
Whats app y Periscope	1
Whats app y Twitter	1
Whats app y Line	1
¿Utilizas las aplicaciones de comunicación de tu teléfono celular en la universidad?	
Sí	59
No	11

¿Utilizas las aplicaciones para tener comunicación con tus compañeros de la universidad?	
Sí	62
No	8

Si algún compañero de la universidad no tienen un teléfono Smartphone ¿Con cuál de las siguientes frases se describe su situación tecnológica?

Necesitan un Smartphone	15
No les gusta usar un Smartphone	28
No sabe usar un Smartphone	1
No tiene dinero para comprar un Smartphone	26

Si algún compañero de la universidad no tiene aplicaciones de comunicación en su celular ¿Con cuál de las siguientes frases describes su situación comunicativa?	
No les gusta usar aplicaciones	36
No tiene dinero para comprar aplicaciones	12
No saben usar las aplicaciones	13
No sabe sobre las aplicaciones de moda	8
Ninguna	1

¿En tu familia usan teléfonos Smartphone?	
Sí	51
No	14

¿Cuántos Smartphone hay en tu casa?	
0	0
1	3
2	10
3	19
4	9
Más de 5	15

Además de la escuela ¿A qué grupo social perteneces?	
Trabajo	39
GYM	14
Iglesia	7
Club deportivo	3
Grupos de lectura	5
Ninguno	2

¿En el grupo social al que perteneces usan teléfonos Smartphone?	
Sí	56
No	14

Libro de códigos

Variable	Categoría	Código	Columna
A – Pregunta 1	Nutrición	1	1
	Ing. Sistemas Electrónicos	2	
	Ing. Transporte Urbano	3	
	Ing. En Software	4	
	Promoción de la Salud	5	
	Creación Literaria	6	
	Derecho	7	
	Arte y Patrimonio Cultural	8	
	Historia y sociedad	9	
	Contemporánea	10	
	Ciencia Política y Administración	11	
	Urbana	12	
	Ciencias Sociales	13	
	Comunicación y Cultura	14	
B – Pregunta 2	Masculino	1	2
	Femenino	2	
C – Pregunta 3	17	1	3
	18	2	
	19	3	
	20	4	
	21	5	
	22	6	
	23	7	
	24	8	
	25	9	
	26	10	
	27	11	
	28	12	
	29	13	
D – Pregunta 4	Soltero	1	4
	Casado	2	
	Separado	3	
E – Pregunta 5	Sí	1	5
	No	2	
F – Pregunta 6	Sí	1	6
	No	2	
G – Pregunta 7	Si	1	7
	No	2	
H – Pregunta 8	Sólo lo uso para llamadas	1	8
	No uso aplicaciones	2	
	Me comunico por mensaje (MSM)	3	
	Me gustan esos teléfonos	4	
I – Pregunta 9	Necesito las aplicaciones	1	9
	Son baratos	2	

	Me comunico por las redes sociales	3	
	No me gustan esos teléfonos	4	
J – Pregunta 10	Sí	1	10
	No	2	
K – Pregunta 11	Es pobre	1	11
	No sabe de tecnología	2	
	Es naco	3	
	No le gustan	4	
L – Pregunta 12	I Phone	1	12
	Samsung	2	
	Nokia	3	
	Sony	4	
	Hawueii	5	
	Ek	6	
	INCO	7	
	LG	8	
	Otro	9	
M – Pregunta 13	Sí	1	13
	No	2	
N – Pregunta 14	Uso cualquier teléfono	1	14
	La marca no me importa	2	
	Me gusta usar marcas no reconocidas	3	
	Necesito un teléfono	4	
Ñ – Pregunta 15	Sólo uso teléfonos de marcas reconocidas	1	15
	La marca es importante	2	
	Me sentiría mal de usar uno no reconocido	3	
	Me daría pena	4	
O – Pregunta 16	\$ 300 a \$ 1000	1	16
	\$ 1000 a \$ 4000	2	
	\$ 4000 a \$ 7000	3	
	\$ 7000 a \$ 10 000	4	
	\$ 10 000 a \$ 15 000	5	
	Más de \$ 15 000	6	
P – Pregunta 17	Pre pago	1	17
	Renta mensual	2	
	No sé	3	
Q – Pregunta 18	Sí	1	18
	No	2	
R – Pregunta 19	Wi-fi	1	19
	Datos móviles (pre pago)	2	
	Datos móviles (renta limitados)	3	
	Datos móviles (renta ilimitados)	4	
S – Pregunta 20	Sí	1	20

	No	2	
	No sé qué es una aplicación de comunicación	3	
		4	
T – Pregunta 21	Whats app	1	21
	Line	2	
	Messenger	3	
	Periscope	4	
	Twitter	5	
	SpeakOn	6	
	Whats app y Messenger	7	
	Whats app, Messenger y Twitter	8	
	Whats app y Periscope	9	
	Whats app y Twitter	10	
	Whats app y Line	11	
U – Pregunta 22	Sí	1	22
	No	2	
V – Pregunta 23	Sí	1	23
	No	2	
W - Pregunta 24	Necesita un Smartphone	1	24
	No le gusta usar un Smartphone	2	
	No sabe usar un Smartphone	3	
	No tiene dinero para comprar un Smartphone	4	
X – Pregunta 25	No le gusta usar aplicaciones	1	25
	No tiene dinero para comprar aplicaciones	2	
	No sabe usar las aplicaciones	3	
	No sabe sobre las aplicaciones de moda	4	
	Ninguna	5	
Y – Pregunta 26	Sí	1	26
	No	2	
Z – Pregunta 27	0	1	27
	1	2	
	2	3	
	3	4	
	4	5	
	Más de 5	6	
AA – Pregunta 28	Trabajo	1	28
	GYM	2	
	Iglesia	3	
	Club deportivo	4	
	Grupos de lectura	5	
	Ninguno	6	
AB – Pregunta 29	Sí	1	29
	No	2	

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
5	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
5	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
6	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
6	1	4	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
6	1	4	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
7	1	4	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
7	1	4	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
7	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1
7	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1
8	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1
8	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1
8	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
8	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
9	1	4	1	1	1	1	1	4	1	3	2	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
9	1	5	1	1	1	1	1	4	1	3	2	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
9	1	5	1	1	1	1	1	4	1	4	2	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
9	1	5	1	1	1	1	1	2	2	3	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
9	1	5	1	1	1	1	2	2	2	3	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	1	6	1	1	1	1	2	2	2	3	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	1	6	1	1	1	1	2	2	2	3	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	1	6	1	1	1	1	2	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	2	6	1	1	1	1	3	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	2	6	1	1	1	1	3	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	2	6	1	1	1	1	3	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	
10	2	6	1	1	1	1	3	2	2	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	5	1	1	
10	2	6	1	1	1	1	3	2	2	4	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	5	1	1	
11	2	7	1	1	1	1	4	2	2	4	1	4	2	2	1	1	1	1	1	7	1	1	2	1	1	5	1	1	
11	2	7	1	1	1	1	4	2	2	5	1	4	2	2	1	1	1	1	1	7	1	1	2	1	1	5	1	1	
11	2	7	1	1	1	1	4	2	2	5	1	4	2	2	1	1	1	1	1	7	1	1	2	2	1	5	1	1	
11	2	7	1	1	1	1	4	2	2	5	1	4	2	2	1	1	1	1	1	7	1	1	2	2	1	5	1	1	
11	2	7	1	1	1	1	4	2	2	5	1	4	2	2	1	1	1	1	1	7	1	1	2	2	1	5	2	1	

11	2	7	1	1	1	1	4		2		7	1	4		2	1	1	1	1	7	1	1	2	2	1	5	2	1
11	2	7	1	1	1	1	4		2		7	1	4		2	1	1	1	1	7	1	1	2	2	1	6	2	1
12	2	7	1	1	1	1	4		2		8	2			2	1	1	1	1	7	1	1	2	2	1	6	2	1
12	2	8	1	1	1	1	4		2		8	2			2	1	1	1	1	7	1	1	3	2	1	6	2	1
12	2	8	1	1	1	1	4		2		8	2			2	1	1	1	1	7	1	1	4	2	1	6	2	1
12	2	8	1	1	1	1			2		8	2			2	1	1	1	1	7	1	1	4	2	1	6	2	1
12	2	8	1	1	1	2			2		8	2			2	1	1	2	1	7	1	1	4	2	1	6	2	1
12	2	8	1	1	1	2			2		8	2			2	1	1	2	1	7	1	1	4	2	1	6	2	1
12	2	8	1	1	1	2			2		8	2			2	1	1	2	1	7	1	1	4	3	1	6	2	1
12	2	9	1	1	1	2			2		9	2			2	1	1	2	1	7	1	1	4	3	1	6	2	1
12	2	9	1	1	2	2			2		9	2			2	2	1	2	1	7	1	1	4	3	1	6	2	1
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	2	1
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	2	1
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	3	1
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	3	1
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	3	1
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	3	2
12	2	9	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	3	2
12	2	10	1	1	2	2			2			2			2	2	1	2	1	8	1	1	4	3	2	6	3	2
12	2	10	2	1	2	2			2			2			3	2	1	3	1	9	2	1	4	3	2	6	3	2
12	2	10	2	1	2	2			2			2			3	2	1	3	1	10	2	1	4	3	2	6	4	2
12	2	11	2	1	2	2			2			2			3	2	2	3	2	11	2	1	4	4	2	6	4	2
12	2	11	2	1	2	2			2			2			3	2	2	3	2		2	2	4	4	2	6	4	2
12	2	11	2	1	2	2			2			2			3	2	2	3	2		2	2	4	4	2	6	5	2
12	2	11	2	1	2	2			2			2			3	3	2	3	2		2	2	4	4	2	6	5	2
12	2	11	2	1	2	2			2			2			3	3	2	4	2		2	2	4	4	2	6	5	2
12	2	12	2	1	2	2			2			2			3	3	2	4	2		2	2	4	4	2	6	5	2
12	2	12	2	2	2	2			2			2			3	3	2	4	3		2	2	4	4	2	6	6	2
12	2	13	3	2	2	2			2			2			3	3	2	4	3		2	2	4	5	2	6	6	2