

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Ignórale a él

**Campaña de Mercadeo Social para promover
el respeto a los demás con el uso correcto del celular**

Kamila Marianela Santos Portilla

María Mercedes Malo Valdivieso

María Gabriela Falconí, M.A., Directora de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, enero 2014

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas
HOJA DE APROBACION DE TESIS

Ignórale a él

**Campaña de Mercadeo Social para promover
el respeto a los demás con el uso correcto del celular**

Kamila Marianela Santos Portilla
María Mercedes Malo Valdivieso

Gabriela Falconí, M.A.

Directora de Tesis

.....

Hugo Burgos, PhD.

Decano del Colegio de Comunicación

Y Artes Contemporáneas

.....

Quito, enero 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: Kamila Marianela Santos Portilla

C. I.: 1714956735

Firma:

Nombre: María Mercedes Malo Valdivieso

C. I.: 1715972808

Fecha: Quito, enero 2014

Resumen

A través de este trabajo de titulación se buscó, a través de una campaña de mercadeo social, concienciar a las personas sobre el respeto a las demás personas mediante el uso adecuado del celular.

La presente investigación se llevó a cabo sobre fuentes bibliográficas internacionales y nacionales en donde se pudo demostrar el cambio que existe en el proceso de socialización de las personas en la nueva era digital y tecnológica en la que vivimos actualmente. Hoy en día, el teléfono celular forma parte de nuestra vida cotidiana, sin embargo, éste no debe afectar a las relaciones interpersonales. Por esta razón se ha creado un protocolo para el uso correcto del celular en relaciones familiares y eventos sociales.

Abstract

Through this investigation work is sought, through a social marketing campaign, to educate people about respecting other people through the proper use of the phone.

This research was carried out on national and international literature sources where it could be shown that there are a lot of changes in the process of socialization of people in the new digital and technological age in which we live. Today, cell phones are part of our daily life; however, this should not affect interpersonal relationships. Thus was created a protocol for proper cell phone use in family relationships and social events.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no hubiera sido posible sin toda la ayuda que recibimos por parte de la academia de Tula Rodríguez, quienes fueron nuestro total apoyo a lo largo de la campaña.

A nuestros padres, hermanos y a toda la familia por ser nuestro apoyo incondicional siempre.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
AGRADECIMIENTOS.....	7
INTRODUCCIÓN.....	10
CONSTRUCCIÓN DE LOS ESTUDIOS EN CIENCIA, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD.....	11
ANÁLISIS SOBRE LA NATURALEZA SOCIAL DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO.....	12
SOCIALIZACIÓN.....	14
AGENTES DE SOCIALIZACIÓN.....	15
SOCIALIZACIÓN: CÓDIGO DE CONDUCTAS SOCIALES.....	17
INFLUENCIA DE LA TECNOLOGÍA EN LA SOCIEDAD.....	20
PHUBBING.....	21
USO CORRECTO DE LA TECNOLOGÍA: ETIQUETA DIGITAL.....	22
INVESTIGACIÓN A NIVEL NACIONAL.....	25
FUNDACIÓN BENEFICIADA CON LA CAMPAÑA.....	33
EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
NOMBRE Y LOGOTIPO.....	34
OBJETIVOS.....	35
ACTIVIDADES REALIZADAS.....	35

MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	39
PADRINO DE LA CAMPAÑA.....	40
ALCANCE DE LA CAMPAÑA.....	40
CONCLUSIONES.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42

1. Introducción

La tecnología nos ha llevado a un mundo completamente nuevo, hoy en día vivimos en una era moderna en la que estamos híper comunicados, con una necesidad excesiva de conectarnos, comunicarnos y compartir información en el entorno digital.

“El rápido desarrollo de la cultura digital en el último par de decenios ha confirmado definitivamente procesos y patrones culturales ya constatados en culturas históricamente anteriores (...)” (Levy, 2007). Según el autor, las innovaciones de las técnicas de la información y de la comunicación han jugado y juegan “un papel decisivo en la revolución de nuevos modos generales de cultura” (Levy, 2007). Las técnicas de la información y comunicación y su desarrollo desde los primeros lenguajes orales dieron como resultado “el despegue de la cultura humana (...)” (Levy, 2007), y han ido cambiando evidentemente con las técnicas de escritura y junto con ella “las revolucionarias creaciones de formas de vida urbanas, organizaciones estatales y tradiciones científicas” (Levy, 2007). Dentro de estos cambios revolucionarios que han sucedido están también las nuevas técnicas tipográficas, como la invención de la imprenta que abrió paso a la reproducción de textos, hasta llegar a una nueva forma de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) como una cultura digital, siendo esta última “también una cultura material como lo son, en general, todos los desarrollos culturales” (Levy, 2007). Hoy en día las tecnologías móviles están pasando por una etapa de crecimiento y cada vez son de mayor importancia en el desarrollo profesional y personal, tanto en las personas como en las organizaciones; los dispositivos con comunicación en tiempo real

y acceso a internet han pasado a ser elementos fundamentales en la vida actual de los individuos.

Como nos explica Juan Pablo de Alcázar en su texto de Comunicación, Cultura y Política, “los teléfonos celulares de segunda generación, Smart Phones, Ipods, consolas de videojuegos, PDA’s, lectores digitales de libros como el recién llegado IPAD, el Amazon Kindle y la nueva tendencia en computadores personales de tamaño reducido como las notebooks entre otros lanzamientos, son nuevos medios con los que vivimos día a día”. Estamos conectados virtualmente todo el tiempo por medio de estos dispositivos. Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones más del 50% de la población mundial tiene acceso a internet y cuenta con un teléfono celular.

2. Construcción de los estudios en ciencia, tecnología y sociedad

Ciencia, tecnología y sociedad juegan un papel importante dentro de la sociedad en la que vivimos actualmente, la sociedad tiene gran influencia en el desarrollo tecnológico y el desarrollo en la ciencia ha incrementado desarrollo de unas como la prohibición de otras. La ciencia y la tecnología tienen repercusiones en la sociedad, lo que implica cambios culturales, medioambientales, políticos y económicos. Como nos explica Carlos Osorio en su texto Algunas orientaciones sobre la construcción de los estudios en ciencia, tecnología y sociedad, “Hablar de ciencia, tecnología y sociedad, o su acrónimo CTS, es referirse a un campo académico e investigativo que tiene por objeto preguntarse por la naturaleza del conocimiento científico y tecnológico, así como por el impacto de este conocimiento en la sociedad y el medio ambiente.”

Los estudios en Ciencia Tecnología y Sociedad nos ayudan a explicar la naturaleza de la ciencia y la tecnología. Los inicios de estudios en CTS tienen origen en los años 60 y 80 de forma independiente, aunque en 1935 Ludwig Fleck trató varios temas relevantes en su libro *Génesis y desarrollo de un hecho científico* y posteriormente a finales de la segunda guerra mundial y la Guerra Fría. La bomba atómica sobre Hiroshima y Nagasaki en agosto de 1945, llevó al mundo a entrar en una nueva época no conocida hasta entonces, llevó al mundo a entrar en una nueva época no conocida hasta entonces: la muerte instantánea de más de 300.000 mil personas –sumados a los cuarenta millones que dejó la segunda guerra mundial– y la sensación de vulnerabilidad de la naturaleza con tal acontecimiento. Como nos explica Carlos Osorio. Estos nuevos acontecimientos y conciencias llevan a al estudio y análisis sobre la naturaleza social del conocimiento científico y tecnológico

3. Análisis sobre la naturaleza social del conocimiento científico y tecnológico

El análisis sobre la naturaleza social del conocimiento científico y tecnológico estudió el modo en que los diversos factores sociales y culturales influyen o participan en la producción y el cambio científico y tecnológico, intenta explorar las conexiones del conocimiento y los factores sociales. Los estudios de la ciencia forman parte de una rama de la sociología del conocimiento científico, el cual estudia el trabajo o prácticas científicas dentro de su contexto social.

Dentro del contexto histórico del análisis de naturaleza del conocimiento científico y tecnológico, comienza en los años 60 con la ya ayuda de historiadores, científicos y sociólogos que se comenzaron a cuestionarse sobre el determinismo tecnológico, que es una práctica o

doctrina, en la cual se puede inducir la pasividad pública hacia un desarrollo natural de ciencia y tecnología.

Thomas Khun escribió uno de los aportes teóricos sobre los cambios en paradigmas intelectuales, científicos y tecnológicos en su libro *Estructura de las Revoluciones Científicas*. A partir de estos estudios en ciencia, tecnología y sociedad, abrieron campo a nuevos campos de estudio, siempre incluyendo a la tecnología, ciencia y sociedad. En temas antropológicos, científicos, históricos, políticos y de sociología. Los enfoques de estudio estaban basados en un análisis crítico de la influencia de la ciencia y tecnología. Un ejemplo de esto es el impulso activista de las feministas que se vincularon a los estudios CTS haciendo una investigación llamada mujeres en las actividades científicas y en la ingeniería.

Para estos análisis sobre la naturaleza social del conocimiento científico y tecnológico se han propuesto tres enfoques que Carlos Osorio recopila en su investigación.

1. Macro social: intenta comprender el nuevo mundo social de la sociedad urbana e industrial a través del análisis a gran escala de la estructura, poblacional y grandes organizaciones (entre las que se incluye la iglesia y los empleos industriales).

2. Meso social: La sociología del conocimiento científico tuvo una rápida evolución hacia un enfoque constructivista social, al enfatizar en el análisis de los factores sociales sobre las negociaciones entre los actores involucrados en el proceso de producción del conocimiento científico

3. Micro social: relacionada con el imperativo de buscar la explicación del contenido de la ciencia en su “contexto social”, resultaba insuficiente para algunos autores. En este caso,

se argumentaba que el “contexto social” no tenía una fuerza explicativa real, y al contrario de lo que se defendía y practicaba en Edimburgo, no hacía falta salir de la propia ciencia para dar cuenta del hecho científico establecido. La ciencia constituye un tipo de conocimiento a partir de creencias justificadamente verdaderas, en lugar de estar definida a partir de creencias verdaderas en sí mismas, lo que conlleva a contextualizar y relativizar las afirmaciones de conocimiento que forman las teorías científicas aceptadas. La tecnología es una cadena continua en donde el la macro estructura de la sociedad está hecha del mismo material que la microestructura, especialmente en el caso de la innovaciones.

Como nos explica Carlos Osorio, los estudios CTS cuestionan la tecnología concebida a partir de un enfoque lineal basado en la actividad científica, así como a la tecnología vista como expresión de una actividad en donde la relación con la sociedad se basaría en la determinación tecnológica y tener en cuenta a los grupos sociales en la producción de los objetos, procesos, y sistemas tecnológicos. Desde el enfoque en CTS, se considera que las tecnologías plasman intereses sociales, económicos y políticos de los diversos actores que participan en el diseño de desarrollo y financiación de una tecnología.

4. Socialización

Se entiende por socialización al proceso por el cual los seres humanos adquieren los hábitos, creencias, conocimientos y todos los elementos socioculturales a través de la educación y la enseñanza.

“La socialización no es algo que va de genético a constitucional, no es innato, no es un rasgo biológico de la personalidad. La socialización es un aprendizaje; se nace radicalmente

referido a los demás” (Fermoso, p. 12). A lo que se refiere el autor es que la socialización es un proceso de aprendizaje referido de los iguales, una adaptación a la sociedad con predisposiciones y sometimientos de presiones sociales. Piaget se refiere al individuo como un “sujeto anclado desde su condición, en un proceso activo de construcción y significación de la realidad que le toca vivir”. Con esto, se puede ver claramente que la socialización convierte a los individuos en lo que son, en la forma en la que viven. Existen dos tipos de socialización: *Socialización Primaria*, la cual se refiere a la humanización de los individuos donde se aprenden los elementos básicos de la convivencia en la sociedad, como hábitos, lenguaje, caminar, hablar, etc. y la *Socialización Secundaria*, la cual se refiere al aprendizaje de las costumbres sociales, valores y principios morales, conocimientos, etc.

La socialización, en conclusión, es el proceso en el cual el individuo debe interactuar con la sociedad con las costumbres, pautas y normas establecidas por la misma, además de adaptarse y aprender a acarrearse en ella a través de una conducta aprendida.

4.1. Agentes de Socialización

Dentro de la socialización, existen varios miembros involucrados que influyen en este proceso a todos los seres humanos. A continuación se describirá cada uno de estos agentes de socialización.

Familia: a la hora de conformar hábitos, estructuras de pensamientos, actitudes, valores, etc., la familia, que tenga una ideología sólida, se convierte en el agente socializador más poderoso (Enzo, 2003). Además, la familia es la responsable de socializar a los niños en los ámbitos del lenguaje, relaciones, reglas, morales, comportamientos, interacciones sociales iniciales y roles sociales.

Escuela y Colegio: Dewey afirmó que “la escuela es la única forma de vida social que funciona de forma abstracta y en un medio controlado, que es directamente experimental, y si la filosofía ha de convertirse en una ciencia experimental, la construcción de una escuela es su punto de partida” (Dewey, 1896a, pág. 244 en Hernández, S.). La escuela es también un agente socializador, en ella los seres humanos aprenden las reglas de la sociedad, valores, funcionamiento del entorno social, etc.

Grupos Sociales: Las relaciones entre iguales son también una gran influencia en el proceso de socialización, puesto que son los encargados de regir normas de comportamiento e interacción social, actividades, etc.

Medios de Comunicación: en el proceso de socialización, los medios de comunicación cumplen un papel muy importante, puesto que crean opiniones, nos transmiten valores, crean estereotipos de conductas sociales, indican como actuar socialmente y posicionan modas.

Además de estos cuatro agentes primordiales durante el proceso de socialización existen también otros aspectos importantes que influyen en el transcurso de nuestra socialización como:

Gobiernos: son los que puntúan reglamentos, sanciones por malos comportamientos, leyes, seguridad.

Religión: Influencia a través de la fe las directrices de cómo vivir, el significado de la vida, el amor por los demás y valores.

Trabajo: es el encargado de sobreponer roles y reglamentos, además de la remuneración que es un agente socializador también muy importante.

Tecnología: Hoy en día, la tecnología cumple un papel muy importante dentro de los procesos de socialización, puesto que esta permite superar las barreras de comunicación y ahora es posible transmitir información con muy pocas limitaciones. Puesto que en los procesos de socialización, el transmitir y procesar información son funciones esenciales, con la tecnología estos métodos son mucho más fáciles de realizarlos.

5. Socialización: Código de Conductas Sociales

Los códigos de conducta están diseñados para anticipar y prevenir ciertos tipos de comportamiento, por ejemplo, conflicto de intereses, el trato a los demás y otras acciones inadecuadas. Un código de conducta es un conjunto de reglas y responsabilidades, principios, valores, estándares y de buenas prácticas de conducta para un individuo, un grupo o una organización. (International Good Practice Guidance)

Existen códigos de conducta para cualquier circunstancia como por ejemplo, códigos de ética y buenas prácticas en las organizaciones, en las religiones, en la milicia, etc.

En cuanto a la tecnología móvil, también existen ciertos códigos de conducta que se deberían tomar en cuenta pero muy poca gente conoce o las sigue. A continuación veremos un ejemplo de un código de conductas para el uso de teléfonos celulares emitido por National Telecom Regulatory Authority de Egipto.

1. La tecnología de telefonía móvil es considerada una de las más grandes tecnologías que surgieron en los últimos años para servir a la humanidad, por lo que no se te ocurra usarlo para molestar o burlarse de otros.
2. No llames a otros durante sus momentos de sueño o descanso.

3. No emocionarse al recibir un número equivocado y ser más tolerante.
4. Compruebe el número antes de marcarlo con el fin de no molestar a ninguna persona.
5. No molestar a los demás con sus conversaciones en voz alta, en caso de que tenga altavoz de un teléfono móvil. Por otra parte, esto ofende a la persona que está hablando (en el móvil), como él no sabe que los demás están escuchando su conversación.
6. No utilice teléfonos móviles con tecnologías de alta como las cámaras fotográficas o de video para violar la privacidad de los demás. Saber a ciencia cierta que la fabricación de materiales que se refieren a cualquier persona en Internet o teléfonos móviles sin su conocimiento o consentimiento se considera un acto inmoral castigado por la ley y condenado y rechazado por la religión y la ética moral.
7. Evitar el envío de SMS que incluyen palabras inadecuadas o fotos indecentes como se le cobrará y acusado legalmente por ello.
8. No hablar en voz alta en sus teléfonos móviles en lugares públicos, tales como hospitales, clínicas o salas de conferencias, etc.
9. Evitar el envío de SMS que incluyen palabras inadecuadas o fotos indecentes como se le cobrará y será acusado legalmente por ello.
10. No hablar en voz alta en sus teléfonos móviles en lugares públicos, tales como hospitales, clínicas o salas de conferencias, etc.
11. Apague el teléfono móvil en los lugares de culto, conferencias y salas de examen, cines, teatros, etc.
12. Apague su teléfono móvil en los hospitales, especialmente en unidades de cuidados intensivos para que no se produzca ninguna interferencia de ondas.

13. Elija un tono de llamada no molesta para su teléfono móvil. Recuerde siempre que los tonos apuntan principalmente a que el usuario de móvil sepa que tiene una llamada.
14. No utilizar el teléfono móvil mientras se conduce ya que esto le expone a grandes peligros y es ilegal.
15. Use su teléfono móvil para informar algo o recibir información importante.
16. Tenga cuidado de hacer frente a las empresas que estafan a la gente sobre ciertos tonos o aplicaciones para sus teléfonos móviles. Usted debe tratar sólo con empresas de confianza.
17. No responda a los mensajes de texto o llamadas que recibe de números o de fuentes desconocidas, porque muy probablemente su objetivo es estafarlo.
18. Al recibir un mensaje de texto, verificar la información mencionada en el mismo antes de circularlo, con el fin de no participar en la difusión y propagación de rumores o información no verificada.

Como podemos ver, se habla mucho de códigos de conductas referidas al uso correcto del internet, de redes sociales, políticas del uso de teléfonos celulares para empleados de empresas que brindan servicios, pero casi en ninguna parte se habla del otro lado, de conductas de uso correcto de tecnología móvil desde el lado del consumidor o del usuario.

6. Influencia de la Tecnología en la Sociedad

El uso de celulares ha dado un giro a la vida de las personas en los últimos años, a raíz de esto se construyen teorías u opiniones que están a favor o en contra o muestran ventajas y

desventajas. El acceso a este medio de comunicación en línea, inmediata e instantánea hace que surjan cuestionamientos y análisis sobre la influencia de la tecnología móvil en la sociedad.

El celular es un dispositivo que nos ayuda a comunicarnos y gracias a los nuevos avances tecnológicos esto crece y ahora se tiene la facilidad de entrar a la red y ampliar esta comunicación. Esto ocasiona un aumento de interacción de las personas con el celular y cambia la manera de socializar y la manera de ser del individuo. La persona ya no tiene que cambiar sino que el dispositivo móvil tiene que ser diseñado para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Rafael de Sabada director de Dtor. De Relaciones Sectoriales y Proyección Social de Telefónica Móviles España nos explica: “en la actualidad este servicio se ha convertido en un producto de uso masivo, con una penetración superior al 90% de la población” y que “Puede decirse que constituye uno de los pilares sobre los que se apoya el acercamiento del ciudadano a la Sociedad del Conocimiento” (Sabada. 2005). Si el celular paso a ser parte del comportamiento del ciudadano en la sociedad, la sociedad y las costumbres tienen que acostumbrarse y adaptarse a esta nueva manera de comunicar y a esto es a lo que llamamos socialización.

Juan Miguel Aguado Explica en su Libro Sociedad Móvil: Tecnología, Identidad y cultura que el celular “forma parte de nuestra vida cotidiana, de los espacios de interacción social y de los ritos cotidianos en los que nos construimos como sujetos y como sociedades. Por su profunda integración social y por su vertiginoso desarrollo como plataforma de comunicación y acceso a contenidos, el móvil aparece hoy como un territorio de encuentro

entre lo público y lo privado, entre el mercado y los ritos sociales de interacción, entre la comunicación interpersonal y el consumo cultural, entre lo simbólico (identidad) y lo práctico (uso), entre la promesa (el mundo en tu bolsillo) y la realidad que marcan las nuevas culturas móviles (mensajes de texto y multimedia, redes sociales, ocio privado nomádico y ocio social compartido, intercambio de imágenes y archivos, personalización, blogs móviles, etc.)” (Aguado, 2009).

Con estas teorías podemos darnos cuenta como en los últimos años la tecnología móvil ha evolucionado y ha pasado a formar parte de la vida de las personas, integrándose a la identidad y cultura de estas, esto también ha ocasionado una naturalización de los dispositivos móviles en la cotidianidad.

7. “Phubbing”

“El acto de desairar a alguien en un entorno social mirando tu teléfono en vez de ponerle atención”.

El término “Phubbing”, el cual es un acrónimo entre las palabras en inglés *Phone* (Teléfono) y *Snubbing* (*Desairar*), fue creado en la Universidad de Sydney por expertos en fonética, lexicología, debates, poesía y especialistas en realizar crucigramas.

La campaña “Stop Phubbing” fue creada por la agencia de publicidad australiana McCann en mayo del 2012, con el fin de realizar la campaña Anti-phubbing. Dicha campaña fue ideada por un joven australiano, y creada e implementada por la agencia, la misma que logró el reconocimiento y bautizo de la palabra Phubbing en los diccionarios. Dentro de un

año, 180 países alrededor del mundo ya utilizaban esta terminología para el uso incorrecto de celulares inteligentes en reuniones o eventos sociales, desairando a las demás personas.

La campaña tiene como objetivo principal parar el frecuente uso de teléfonos inteligentes en eventos sociales, citas, restaurantes y relaciones interpersonales, ya que son lugares en los que los smartphones y tablets siempre están presentes, postergando conversaciones y relaciones cara a cara y dando solo paso a mensajes de texto (muchas veces irrelevantes), actualizando sus estatus en las redes sociales, subiendo fotos o descargando música.

8. Uso Correcto de la Tecnología: Etiqueta Digital

La tecnología móvil ha pasado a ser parte de nuestra vida cotidiana, pero debe un reglamento o lineamiento de cuál es el uso correcto de los dispositivos móviles en espacios públicos, sobretodo en espacios públicos cerrados. Hay ciertos protocolos establecidos que nos hablan como debemos comportarnos al usar los dispositivos móviles, cuando estamos en reuniones, clases, trabajo o espacio público.

Mobile Comandos una empresa que vende dispositivos móviles público un protocolo de cuál es el uso correcto del celular.

1. Hablar muy alto. Por alguna razón las personas tienden a gritar cuando utilizan un teléfono móvil. Hace unos 15 años la gente lo hacía para presumir. Hoy en día lo hacen sin darse cuenta.

2. Sostener conversaciones inadecuadas en público. Desde el color de los ojos de alguien hasta problemas sexuales. Solo hay que sentarse en la banca de un parque público y esperar a que alguien inicie una conversación. Sumado al punto anterior, solo hay que poner atención.
3. Interrumpir groseramente las conversaciones. ¿Han notado que a veces la única forma de lograr toda la atención de una persona es llamarla al móvil? La mayoría de la gente suele interrumpir conversaciones en persona por contestar hasta la llamada más trivial y absurda en el móvil.
4. Revisar llamadas telefónicas y mensajes en el cine. A pesar de que la mayoría de los cines tiene señalamientos en el interior de la sala y segmentos de hasta varios minutos proyectados en pantalla previos a una función, muchas personas dejan encendido el móvil e incluso responden llamadas y envían mensajes durante la función. A veces solo un sonoro y simultáneo ¡Shhhh! es la única forma de lograr que alguien entre en razón y se percate de lo molesto que es asistir al cine y ver interrumpida la concentración en la película por la insensatez de algunos.
5. Enviar mensajes de texto al manejar. Ya que los reglamentos de tránsito prohíben hablar por el móvil mientras se maneja, muchas personas creen que enviar mensajes les evitará una multa de tránsito. La realidad es que este tipo de personas son aún más peligrosas al volante que alguien que habla. Los accidentes de tránsito son la consecuencia más obvia que muchos parece ni siquiera consideran como una posibilidad.
6. Enviar mensajes de texto mientras se habla. Hay personas que tienen la pésima costumbre de enviar mensajes de texto mientras se conversa en persona con alguien. Es bastante descortés.

7. Enviar mensajes de texto demasiado breves. ¿Tan importante es la amistad para algunas personas que prefieren enviar mensajes de texto ultra ´resumidos con redacción difícil de entender? K onda?, k paso?, k p2?, komo stas? Spero k pdas ler ste txt xq mi art d ste dia s sobre komo c komuni kn ls gnte. Así de mucho significa la amistad para algunos.
8. Tonos y timbres ruidosos. Muy molesto cuando alguien utiliza un tono ruidoso a todo volumen. Más molesto cuando utilizan música que solo agrada a algunos o se utilizan sonidos molestos como flatulencias y otros sonidos corporales.
9. Dejar encendido el móvil durante eventos públicos. Nada más molesto que un teléfono móvil sonando a la mitad de un concierto o evento público. Personalmente aplaudo cuando los guardias de seguridad escoltan a la salida a las personas que reciben llamadas durante una función de teatro, recital o evento cultural.
10. Recibir llamadas en lugares inapropiados. La fila de un restaurante de comida rápida, bibliotecas, iglesias, sentado sobre el inodoro.

9. Investigación a Nivel Nacional

Antecedentes

En el 2012 se reportaron 839,705 usuarios de teléfonos inteligentes (smartphones), un 60% más que el 2011, cuando llegó a 522.640 usuarios, según los últimos datos de la encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

El estudio, que se realizó en diciembre de 2012, se hizo en 21.768 hogares a personas de 5 años y más, a nivel nacional, regional, provincial, de nivel urbano y rural.

Según esta encuesta, en el 2012 el 12,2% de las personas que tienen un celular poseen un teléfono inteligente (Smartphones) frente al 8,4% registrado en el 2011.

En Ecuador existen 6'859.938 personas que tienen al menos un celular activado, un 10% más que lo registrado en el 2011 y representa al 50,4% de la población de 5 años en adelante.

El 52,6% de los hombres tiene teléfono celular activado, frente al 48,3% de las mujeres. El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 25 y 34 años con el 77,6%, seguido de los de 35 a 44 años con el 72,8%.

La provincia con mayor número de personas que tiene un teléfono celular activado es Pichincha con el 62,7%, además de ser la que mayor crecimiento presentó entre 2011 y 2012 con 7,7 puntos.

En el caso de los teléfonos inteligentes, Guayas registra el mayor número de personas que tienen un teléfono inteligente (Smartphone) con un 20,8%, seguida de Pichincha con 12,6%.

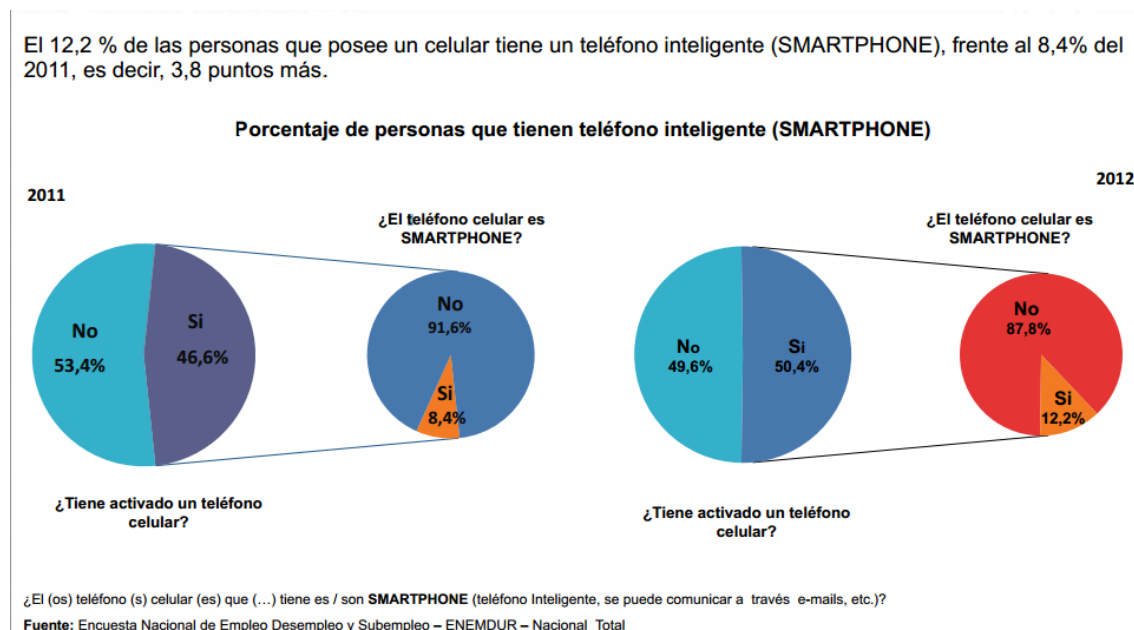
Según el estudio, el 35,1% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. En el área urbana el 43,9% de la población ha utilizado Internet, frente al 17,8% del área rural.

Siguiendo la tendencia de los últimos cuatro años, el grupo etario con mayor uso de Internet es la población que se encuentra entre 16 y 24 años con el 64,9%, seguido de los de 25 a 34 años con el 46,2%.

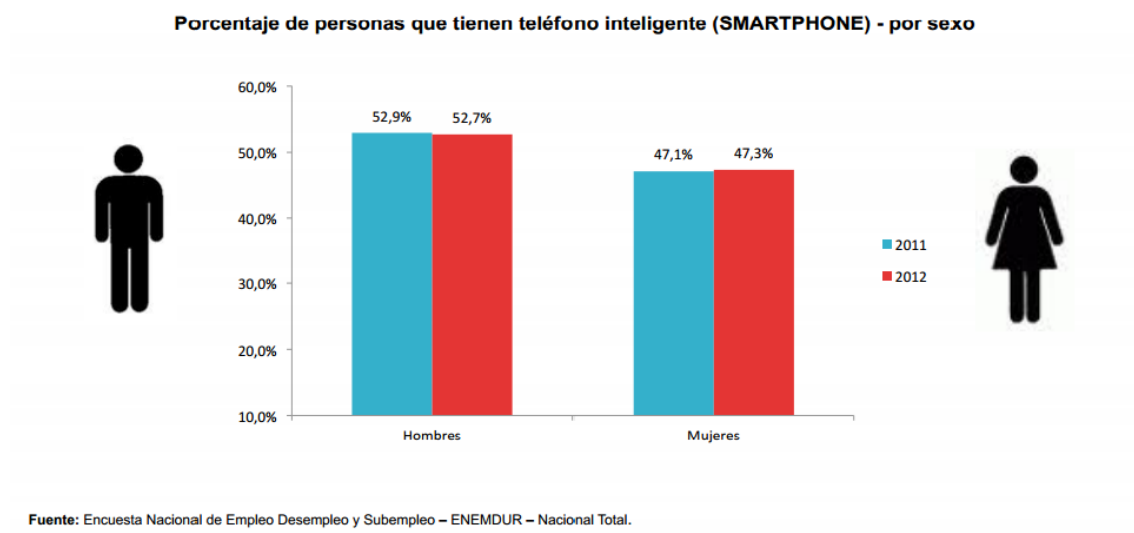
La población que más internet usase encuentra en el quintil 5 (más ingresos) con el 57,1%. Sin embargo, del quintil 2 al 4 tuvieron crecimientos de 14 puntos entre el 2009 y el 2012.

Así, el INEC cumple con su papel de difusión estadística en el marco de la democratización de la información y ratificando nuestro compromiso con el país de entregarle cifras de calidad, de manera adecuada y oportuna.

A continuación, se presentarán los gráficos porcentuales de las estadísticas mencionadas anteriormente.

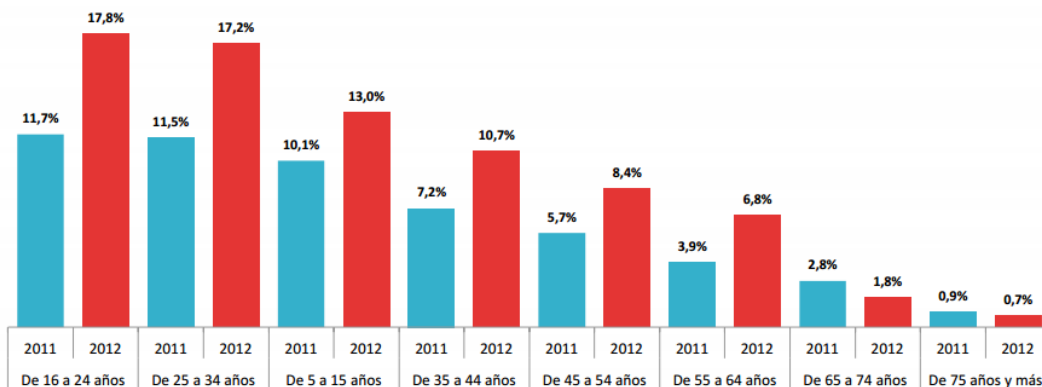


En el 2012, el 52,7% de los hombres tiene un teléfono celular inteligente (SMARTPHONE), frente al 47,3% de las mujeres.



El 17,8% de personas de 16 a 24 años tiene un teléfono inteligente (SMARTPHONE), 6,1 puntos más que lo registrado en el 2011.

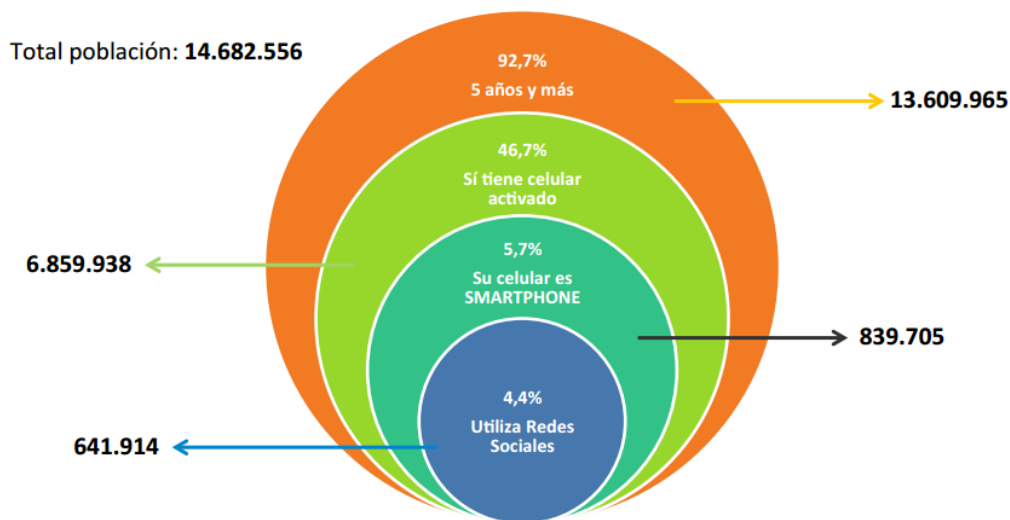
Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (SMARTPHONE) - por grupos de edad*



* El porcentaje de personas que tiene teléfono inteligente por rangos de edad, se calcula en relación al total de personas que tienen teléfono celular activado.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDUR – Nacional Total.

Porcentaje de población con celular y redes sociales



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDUR – Nacional Total.

Perfil de Usuarios de Smartphones

Usuarios	No Usuarios
<ul style="list-style-type: none"> • Residen en el área urbana • Solteros • Instrucción Superior Universitaria • Plenamente ocupados • Empleados Privados 	<ul style="list-style-type: none"> • Residen en el área rural • Casados • Instrucción Primaria y Secundaria • Trabajan por cuenta propia

Campañas realizadas en el Ecuador relacionadas al tema

Párame Bola

- Es una campaña para concienciar a cerca del uso extremo que le damos a los teléfonos celulares realizada por estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito.
- Fue realizada en la ciudad de Quito.
- Las activaciones se realizaron en la Plaza Fosch, donde locales y restaurantes se unieron.
- La campaña se realizó en junio del 2013
- Mensaje:
 - “Encontremos la diferencia entre el uso moderado y el uso indiscriminado del mismo para así poder disfrutar de los múltiples beneficios que nos brinda la tecnología!”
 - “Vive el aquí y el ahora sin momentos virtuales que desplacen los reales..”

Párale el Carro

- El uso del celular mientras se conduce se ha convertido en uno de los principales factores de riesgo de accidentes en el país.
- La Comisión de Tránsito del Ecuador inició la campaña de concienciación “Párale el carro”, con la finalidad de alertar a los conductores sobre el riesgo del uso del teléfono celular.
- La campaña contaba con spots de televisión y cuñas radiales que muestran historias de vidas truncadas por malas prácticas en la conducción.

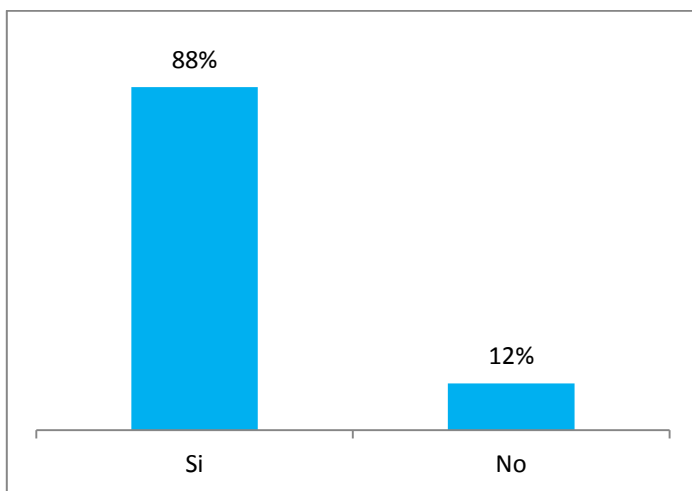
Manos al Volante

- “Que nada te distraigas mientras manejas” es el lema de la campaña de responsabilidad social de Claro, contra el mal uso de los celulares.
- La campaña busca la concientización social de no usar el celular mientras se conduce
- Se manejó por medios de comunicación y redes sociales.
- La campaña se inició en el 2012

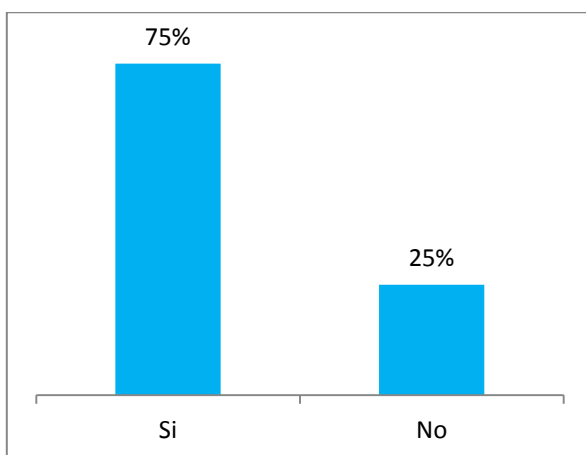
Como podemos observar, en el Ecuador solamente han existido tres campañas referentes al tema de nuestra investigación. Esto quiere decir que el tema es algo nuevo, que no se ha tratado mucho en el país.

10.Observación Participante y Encuestas

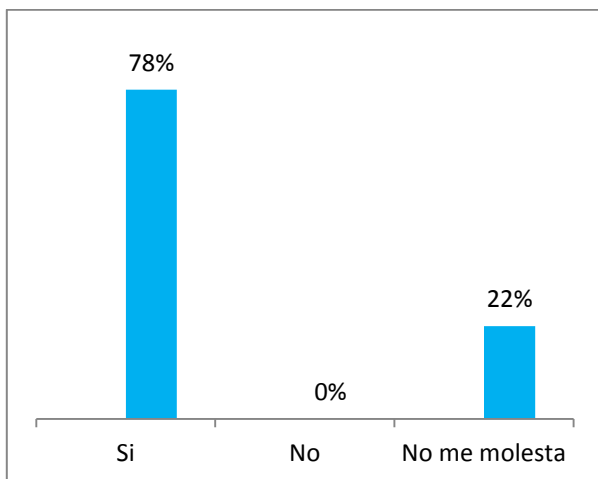
1. ¿Utilizas tu celular cuando estas en un evento social, restaurantes, salas de cine, etc.?



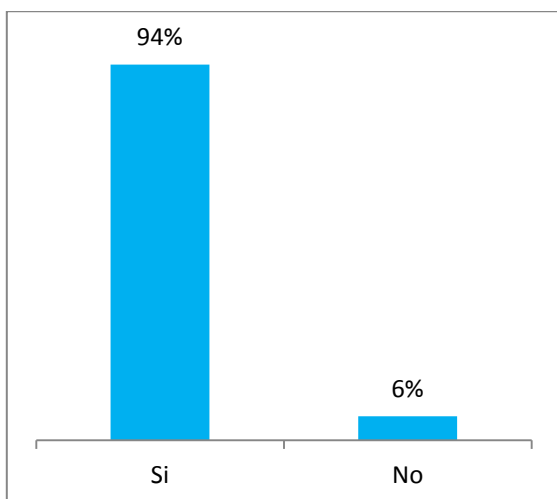
2. ¿Te molesta cuando tus amigos ponen más atención a su celular que a ti cuando estas con ellos?



3. ¿Sientes que es una falta de respeto cuando te hacen eso?



4. ¿Te parece que debería existir un protocolo para el uso correcto de celulares en eventos sociales, restaurantes, salas de cine, a la hora de la comida, etc.?



11. Fundación Beneficiada con la Campaña

Fundación Resurgere

Misión: Rescatar al ser humano en su dignidad, integridad e identidad, a través, de la verdad que conduce al amor pleno.

“La Fundación Resurgere “Proyectos Estratégicos para la Comunidad”, es una organización no gubernamental sin fines de lucro, constituida en el año 2.004 y aprobada por el Ministerio de Bienestar Social, (Acuerdo No. 3071), nace como respuesta a las necesidades del ser humano dentro de la comunidad, enfocándose en dos áreas de trabajo: Centro de Apoyo para la Familia en Crisis y Centro de Transferencia de Tecnología”.

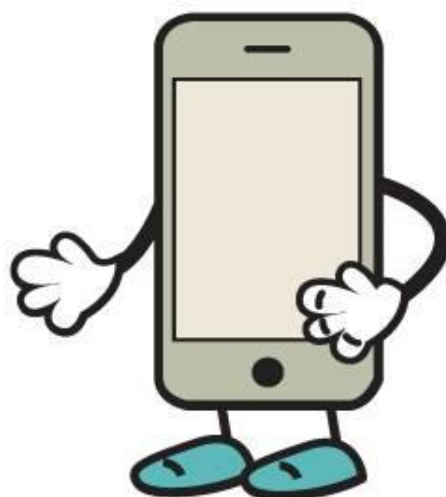
““Resurgere” está conformada por profesionales en distintos campos, personal administrativo capacitado y un equipo de voluntariado, quienes trabajan bajo lineamientos de amor, entrega, respeto y compromiso de sus vidas en el rescate del ser humano en su dignidad, integridad e identidad, a través, de la verdad que conduce al amor pleno”.

12. Ejecución de la Investigación

Para la ejecución de nuestra campaña nos hemos basado en la investigación previamente realizada a través del marco teórico del presente trabajo, de lo que el celular representa dentro del comportamiento social en la actualidad. La investigación cuantitativa fue realizada en la ciudad de Quito específicamente, y por esta razón la campaña está dirigida a familias y círculos sociales de la capital ecuatoriana.

13. Nombre y Logotipo

Ignórale a él!



El nombre de la campaña “Ignórale a él” sale del insight “cuando estemos conversando, no me ignores a mí, ignórale al celular”. El logotipo es un celular personificado el cual logra que se comprenda el nombre de la campaña.

14. Objetivos

14.1. Objetivo General

Crear una conciencia social para no desairar a la otra persona por el uso del celular.

14.2. Objetivos Específicos

- Crear un protocolo para el uso correcto del celular, el cual contenga lineamientos de comportamiento que se deben cumplir mientras se está socializando con otras personas.
- Crear un producto para que, con su venta, se beneficie la Fundación Resurgere.
- Organizar un evento en el cual la gente interactúe entre amigos y familiares sin el celular de por medio.
- Realizar una activación BTL, en donde la gente se familiarice, tanto con el producto y el protocolo, como con la campaña en general.
- Realizar un activismo en el cual la gente se comprometa a seguir con el protocolo establecido a lo largo de la campaña.

15. Actividades Realizadas

15.1. Producto

El producto que se vendió a lo largo de la campaña, fue una caja de madera de 16 X 16.5 cm. con un sticker con el nombre de la campaña en una de sus caras. El objetivo de la caja de Ignórale a él es que las personas guarden su celular en reuniones familiares o eventos sociales,

lo cual fomentará el respeto interpersonal ya que no estarán solo con el celular e interactuarán más entre ellas.



15.2. Eventos

Se realizaron tres eventos, los dos primeros fueron realizados en el Scala Shopping los días 5 y 6 de diciembre de 2013 y el tercero en el Centro Plaza Cumbayá el día 12 de diciembre de 2013. Los eventos se realizaron con la colaboración de la Academia de Baile y Arte Tula Rodríguez y consistieron en una Tarde de Arte, en donde las alumnas de la Academia de Baile y Arte Tula Rodríguez presentaron un show flamenco, y al finalizar se invitó al público a participar en una clase de baile con el único costo de dejar su celular guardado. Esto tuvo como fin el interactuar y compartir en familia y con amigos dejando a un lado el celular.

El día 5 de diciembre acudieron al evento 110 personas aproximadamente, de las cuales 30 personas subieron al escenario para recibir la clase de baile flamenco dejando su celular guardado.

El día 6 de diciembre asistieron aproximadamente 180 personas, de las cuales 45 personas tomaron la clase.

El día 12 de diciembre asistieron 120 personas aproximadamente.



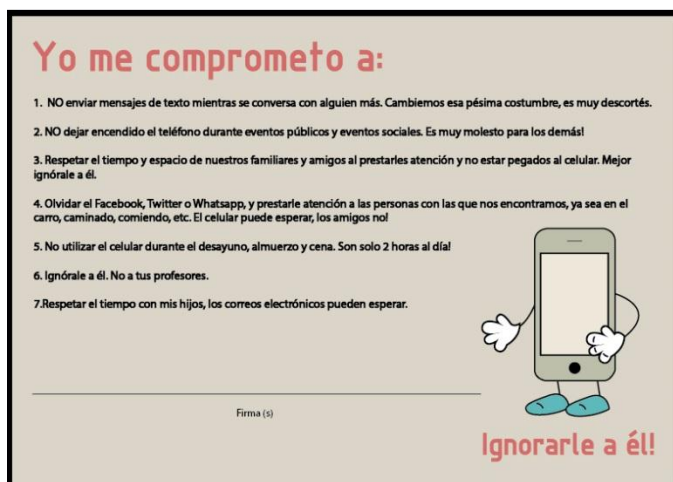
15.3. BTL

La activación BTL consistió en dejar nuestro producto en las mesas de algunos restaurantes para que la gente se entere del protocolo para el correcto uso del celular en reuniones y eventos sociales y compartan durante la comida con los acompañantes sin estar pendientes del celular. Esta actividad fue realizada en los restaurantes del Centro Plaza Cumbayá y en restaurantes del Sur de Quito, los días 13 y 14 de diciembre de 2013. Adicionalmente, las cajas permanecieron en restaurantes del Centro Plaza desde el 13 hasta el 20 de diciembre.

Con esta actividad logramos llegar a un estimado de 200 personas a lo largo de la activación.

15.4. Activismo

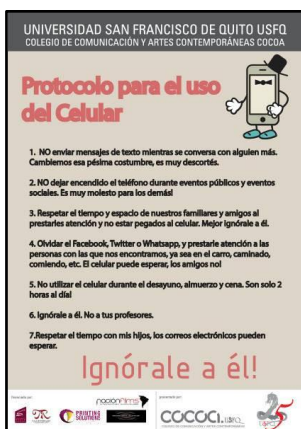
Durante los eventos y la activación BTL, se lograron recolectar un total de 125 firmas de las personas que se comprometieron en seguir el protocolo propuesto por la campaña “Ignórale a él”.



15.5. Protocolo

1. NO enviar mensajes de texto mientras se conversa con alguien más. Cambiemos esa pésima costumbre, es muy descortés.
2. NO dejar encendido el teléfono durante eventos públicos y eventos sociales. Es muy molesto para los demás.
3. Respetar el tiempo y espacio de nuestros familiares y amigos al prestarles atención y no estar pegados al celular. Mejor ignórale a él.
4. Olvidar el Facebook, Twitter o Whatsapp, y prestarle atención a las personas con las que nos encontramos, ya sea en el carro, caminando, comiendo, etc. El celular puede esperar, los amigos no!
5. No utilizar el celular durante el desayuno, almuerzo y cena. Son solo 2 horas al día.

6. Ignórale a él. No a tus profesores.
7. Respetar el tiempo con mis hijos, los correos electrónicos pueden esperar.



16. Medios de Difusión

16.1. Medios Digitales

Redes Sociales (Fan Page en Facebook)

Utilizamos este medio digital para difundir la campaña, en el cual se subía información acerca del progreso de la misma y fotos de las actividades realizadas. Se consiguió un alcance de 561 Likes y 447 personas hablaron de Ignórale a él.

VIMEO

El video realizado para la campaña fue difundido por la página de música y videos VIMEO.

16.2. Medios Tradicionales

Telesucesos, Programa Quito TV, segmento de entrevistas con David López.

Radio Municipal de Quito, Programa Hora Libre Pura Expresión Juvenil.

Post-Disfusión en Radio Distrito FM.

17. Padrino de la Campaña

Guanaco MC, cantante ecuatoriano.

“Desde hace 16 años es sinónimo de música urbana Latinoamericana. Guanaco, quien mezcla hip hop/ reggae con música tradicional de Latinoamérica y su país, ha creado una fórmula que le ha permitido transgredir las fronteras que existen entre lo musical, cultural y social. Es el artista urbano independiente con mayor repercusión mediática en el Ecuador. Su música, nacida en el underground, ha traspasado barreras, posicionándolo como un artista mainstream de su país, sin perder la credibilidad de sus fans y del medio. Tiene a su haber 8 álbumes editados en diferentes proyectos: tres de ellos como solista; tres giras europeas, dos por Latinoamérica y dos por Estados Unidos”. (Sitio Oficial Guanacomc. 2013).

Guanaco MC promocionó la campaña Ignórale a él en un concierto realizado en la discoteca “El Aguijón”.

18. Alcance de la Campaña

- Se lograron vender 48 cajas en un lapso de dos semanas.
- **EVENTO:** El día 5 de diciembre acudieron al evento alrededor de 110 personas, el día 6 de diciembre asistieron aproximadamente 180 personas y el día 12 de diciembre asistió un promedio de 120 personas.

- **BTL:** Se logró llegar a un estimado de 200 personas a lo largo de la activación.
- **ACTIVISMO:** se logró recolectar un total de 125 firmas de las personas que se comprometieron en seguir el protocolo propuesto.

19. Conclusiones

El 85% de los entrevistados creen que es una falta de respeto que la persona con la que están interactuado use el celular.

El 88% de las personas usan el teléfono celular mientras están en un espacio público o evento social

El 90% de los usuarios creen que si debería existir una etiqueta o protocolo digital.

Con la investigación y el trabajo de campo pudimos observar que existe una mala práctica del celular, pero que también hay una apertura del público para cambiar esta situación, lo que nos facilita la realización de nuestra campaña.

En el Ecuador solamente han existido tres campañas referentes al tema de nuestra investigación. Esto quiere decir que el tema es algo nuevo, que no se ha tratado mucho en el país.

20. Referencias Bibliográficas

Aguado.J. (2009). Sociedad Movil: Tecnología, Identidad y Cultura. Biblioteca Nueva. España

Albornoz. M.(2008). Comunicación, Cultura y política. FLACSO. Ecuador

Childe, V. (1971) Los orígenes de la civilización; Edit. Fondo de Cultura Económica; México;

Defining and developing an Effective Code of Conduct for Organizations. Junio 2007. .
Extraído el 10 de Octubre de 2013 desde:
https://www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/Defining-and-Developing-an-Effective-Code-of-Conduct-for-Orgs_0.pdf

(Ecuador en Cifras.(2013) Los usuarios de teléfonos inteligentes (Smartphone) se incrementaron en un 60%. Extraído el 1 de noviembre desde:
http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=573%3Alos-usuarios-de-telefonos-inteligentes-smartphone-se-incrementaron-en-un-60&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es

Elzo, J. II Conversas Pedagógicas. Universidad de Vigo – Campus de Ourense. 6 de Mayo de 2003. . Extraído el 10 de Octubre de 2013 desde:
http://webs.uvigo.es/consumoetico/textos/conversas_pedagogicas/familia_como_agente_de_socializaci%F3n.pdf

Fermoso, P. La personalización, la socialización y la moralización como partes del proceso educativo. Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. . Extraído el 11 de Octubre de 2013 desde: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Fermoso%20cap%209.pdf>

Guanaco MC (2013). Página Web Oficial, Biografía. Extraído el 16 de diciembre de 2013, desde
http://www.guanacomc.com/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=28

Hernandez, S. Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje. Modelo Socializado de J. Dewey. 2011. Extraído el 11 de Octubre de 2013 desde:
<http://eestrategias.blogspot.com/2011/02/13-modelo-socializado-de-j-dewey.html>

Levy, P. Cybercultura. 2007. Extraído el 10 de Octubre de 2013 desde:
<http://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf>

Osorio.P.(2010). Algunas Orientaciones sobre la construcción de los estudios en ciencia, tecnología y sociedad. Universidad del Valle Colombia. Colombia.

Sabadaa. R.(2011). La telefonía Movil y la Sociedad. Extraído el 10 de octubre de 2013 desde:
http://www.n-economia.com/notas_alerta/pdf/ALERTA_NE_01-2005.PDF

Solivérez.C. (2006) Las tecnologías en Argentina: breve historia social; Edit. Capital Intelectual; Buenos Aires Argentina