

EMPLEO DE LAS TIC POR ESTUDIANTES DEL CAMPUS MEDEROS, UANL.

Sergio Manuel de la Fuente Valdez²²

Yolanda López Lara²³

María Cervantes Loredo²⁴

RESUMEN.

Fue realizada una investigación descriptiva, no experimental, exploratoria, cualitativa, cuantitativa y correlacional, relacionada con el empleo de las tecnologías de información y comunicación por los estudiantes de licenciatura de las facultades del Campus Mederos de la UANL. El universo fueron las seis facultades que integran este campus universitario. La Muestra fue las Facultades de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Ciencias de la Comunicación y Artes Escénicas. La selección de la muestra fueron 350 estudiantes.

El objetivo general es determinar los usos y consecuencias del empleo de las TIC por los jóvenes universitarios objeto de estudio. Los objetivos específicos consistieron en identificar las redes sociales más utilizadas, sus principales usos y el tiempo destinado; determinar el grado de conocimiento que tienen acerca de las redes sociales; verificar el lenguaje, estilo y tono utilizados en la redacción de los mensajes; indagar la frecuencia del cambio de su perfil, así como destacar las relaciones interpersonales establecidas mediante las redes sociales y su frecuencia de uso. El instrumento de medición fue un extenso cuestionario.

Principales resultados: El tiempo de exposición a las redes sociales más utilizadas como Facebook e Instagram es muy variado porque oscila desde una hora diaria, hasta el otro extremo de quien estará alrededor de 10 o más horas y en su mayoría son las mujeres quienes las utilizan más y ofrecen contenidos de vida social a sus contactos. Los hombres muestran un lenguaje menos informal y más apropiado en sus publicaciones. Las redes sociales terminan por ser eficaces, porque cumplen con los objetivos e intenciones con las cuales fueron creadas, aunque en ocasiones se presentan situaciones exageradas.

Los contenidos temáticos de los discursos publicados en las redes sociales citadas tienen un lenguaje generalmente coloquial, estilo mezclado y una variedad de tonos diferentes: comentarios sobre chismes, deportes, noticias, en menor proporción los relacionados con educación y política. Las razones o motivos para el empleo de las TIC, de la Internet y de las redes sociales son de diferente índole: para pasar el tiempo, como entretenimiento, por ocio, para buscar pareja y amigos, pero principalmente para socializar.

Palabras clave: redes sociales, tecnologías, Facebook, comunicación interpersonal, lenguaje.

Fecha de recepción: 07 de julio, 2017.

Fecha de aceptación: 06 de septiembre, 2017.

²² Doctor en Comunicación Social, por la Universidad de la Habana. Maestría en Comunicación y Licenciatura en periodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, sermanfuen@yahoo.com.

²³ Doctora en Comunicación Social, por la Universidad de la Habana. Maestría en Comunicación y Licenciatura en periodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, yolandalopezlara_uanl@hotmail.com.

²⁴ Doctora en Educación. Maestría en Psicología. Maestra de tiempo completo Perfil PRODEP, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, matecelo204@yahoo.com.

INTRODUCCIÓN.

Las tecnologías de información y comunicación han sido objeto de estudio durante las últimas décadas y cada vez surgen nuevos conocimientos que cambian las perspectivas de sus usos, motivos y consecuencias de su empleo, sobre todo en los jóvenes que son quienes más las utilizan para la realización de diferentes actividades. Los adultos las utilizan en menor proporción.

El uso de la Internet como red de redes ha dado surgimiento a las redes sociales, las cuales son ampliamente utilizadas por estudiantes, profesores e investigadores en todos los niveles educativos, aparte de numerosos públicos que hacen de ellas una forma de socializar y distraerse de los quehaceres cotidianos. Estos usuarios son de todas las edades, sexos, oficios y de actividades laborales en general. Pasan muchas horas al día en contacto con personas conocidas y sobre todo, desconocidas y es uno de los mayores entretenimientos a bajo precio, contribuyendo ampliamente al desarrollo de la comunicación interpersonal, con múltiples discursos, con el empleo de un lenguaje variado, así como estilos y tonos, en las cotidianas conversaciones y publicaciones.

Este importante estudio fue realizado con la colaboración de tres estudiantes de cuarto semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, siendo ellos: Alberto Missael Aguilar Alejo, Edgar Ricardo Alán Hernández Zúñiga y Diana Ramírez Castorena, La investigación pretende adentrarse e interpretar los comentarios y opiniones de los estudiantes encuestados porque son los jóvenes y principalmente los estudiantes quienes viven más de cerca la rutinaria presencia y el continuo contacto con las tecnologías actuales de información y comunicación.

JUSTIFICACIÓN.

Esta trascendente y relevante investigación resulta sumamente necesaria porque arroja datos por demás significativos que contribuyen a conocer mejor la realidad en la que se desenvuelven los estudiantes en general y los universitarios en particular, quienes son los que utilizan más las tecnologías de información y comunicación, en cuanto al empleo de las redes sociales en las que pasan una buena parte del día y sus consecuencias, a corto y largo plazo. Sus resultados podrán publicarse en diferentes conductos: periódicos estudiantiles universitarios, revistas de las preparatorias y facultades de la UANL, en algunos sitios de la WEB, entre otras. La misma servirá para las autoridades educativas universitarias, para los padres de familia, para los profesores y tutores, para los directivos de las instituciones en los niveles educativos superior y medio superior, con la finalidad de tengan con los jóvenes e inclusive con los adultos, un constante diálogo sobre las ventajas y desventajas del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

METODOLOGÍA.

Es una investigación descriptiva, no experimental, cualitativa y cuantitativa, exploratoria y correlacional. El Universo fue las seis facultades ubicadas en el Campus Mederos: Ciencias de la Comunicación, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Economía, Música, Artes Visuales y Artes Escénicas. La muestra fue la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales y Artes Visuales. La selección de la muestra fue la siguiente: 124 estudiantes encuestados en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas 36 y Facultad de Artes Visuales 90, en total fueron 250 estudiantes.

El instrumento de medición fue un cuestionario compuesto por 35 preguntas, 29 cerradas (con 4 opciones) y 6 preguntas abiertas. Como parte de la confiabilidad y validez del mismo, se aplicaron 30 encuestas piloto, encontrándose varios errores que fueron corregidos; también se revisó exhaustivamente el cuestionario y se elaboró una tabla en la cual se llevó control de las variables, las cuales se definieron y especificaron los números de las preguntas que estaban midiendo cada variable, dentro de lo que se llama forma de contabilizar las variables. El nivel de confianza fue del 0,95% y el margen de error máximo de estimación fue del 5%

La información fue capturada en Excel, elaborando una base de datos, obteniéndose gráficas de barras, con frecuencias y porcentajes, con su respectiva descripción. Fueron registrados todos los pasos seguidos durante el desarrollo de la investigación, considerándose también el cruce de variables, el cual aporta información muy necesaria.

FUNDAMENTACIONES TEÓRICAS

Beneficios e Innovación Tecnológica

Las posibilidades que brinda la tecnología para establecer relaciones, acercar a las personas, reformular vínculos amenazados por las formas de vida actual y facilitar la participación democrática, por lo que estaríamos en lo que se ha dado en llamar relaciones post-sociales. (Knorr, 1997). Estas relaciones pueden definirse como aquellas producidas entre el sujeto y un objeto relacionado con las nuevas tecnologías, quien actúa como mediador y sustituye a las tradicionales relaciones cara a cara. El uso generalizado de Internet, en especial en los entornos de la WEB, específicamente en las redes sociales, ha creado nuevos ámbitos para los intercambios sociales y la comunicación interpersonal y aparece como uno de los principales usos a los que se destinan estos medios de comunicación.

La innovación tecnológica no puede ser contemplada como agente de cambio en sí misma, sino desde los usos sociales y las prácticas de los sujetos que determinan la construcción, alrededor de ella. En esta colaboración se plantea cómo el sujeto experimenta la comunicación con mediación tecnológica, a partir del estudio de un aspecto concreto, como es la identidad múltiple y cambiante, que los jóvenes ponen en juego en distintos ámbitos de la vida cotidiana.

La comunicación interpersonal ha estado vinculada a la co-presencia de los actores en el espacio y en el tiempo. La relación directa, sin intermediarios y en situación natural, ha sido una de las características diferenciales, quizá la esencial, que separa los procesos de comunicación interpersonal de aquellos que se llevan a cabo con mediación tecnológica a través de la comunicación de masas.

La introducción paulatina de las tecnologías de información y comunicación, a partir de las últimas décadas para salvar distancias en el espacio y tiempo permitió la transmisión de contenidos simbólicos a lugares alejados geográficamente y posibilitó el conocimiento de cualquier acontecimiento simultáneamente de su ocurrencia, creando nuevas formas de comunicación mediática, de relaciones sociales y nuevas maneras de pautar el tiempo y el espacio, característicos de la socialización, la sensibilidad y la construcción del yo del sujeto de actualidad. (Thompson, 1998).

Influencia de la Internet

La Internet está influyendo en gran medida en cómo los ciudadanos consumen e intercambian contenidos y realizan procesos transaccionales, la comunicación con el entorno de amigos, conocidos y familiares también está en proceso de profundo cambio. A pesar de que el teléfono — ya sea móvil o fijo— ocupe la primera posición seguido de la comunicación en persona. Otros medios de comunicación relacionados con la Internet, como el correo electrónico, la mensajería instantánea y los mensajes a redes sociales, empiezan a tener notable relevancia entre los jóvenes. (Fundación Telefónica, 2008).

Internet es una poderosa herramienta para ayudar a la difusión del conocimiento y la educación. Es una de las mayores fuentes de información disponibles. Estamos en la era de la comunicación y el conocimiento, por eso la importancia de esta red de redes que se extiende por todo el mundo, reduciendo considerablemente el tiempo y esfuerzo empleados en la búsqueda del saber y la información. Numerosos servicios son ofrecidos por internet: bibliotecas en línea, clases a distancia, búsqueda de información, correo electrónico, transferencia de archivos, canales de charlas, foros, videoconferencias, software, conferencias telefónicas, encuestas, boletines electrónicos, grupos de noticias, grupos de discusión y listas de distribución, búsqueda y consulta de información a través de la World Wide Web, sistema de interconexión que combina texto, imágenes, sonido, animación, formularios, programas de software, libros y revistas electrónicas profesionales, entre otros.

Redes Sociales y Comunicación Interpersonal

La comunicación interpersonal en línea ha demostrado que se puede empeorar un problema inicial al hacer un uso excesivo y compulsivo de la Internet, que podría provocar una disminución en las habilidades sociales y aumentar las malas experiencias derivadas de las interacciones en línea. También está la otra parte donde los sujetos varones no tienen la habilidad de relacionarse con gente desconocida y en este caso entra la tecnología, la cual fue hecha para facilitar la vida humana y quién no dice que esto implica facilitar las relaciones del humano donde las personas que tienen problemas en las relaciones presenciales o que se sienten aisladas y/o deprimidas podrían utilizar la Red como vía de escape para mejorar su situación, pero todo esto puede venir con un costo para determinadas personas. (Caplan, 2003).

Las relaciones virtuales son de fácil acceso y por eso los foráneos como gente normal las encuentran atractivas, en vez de las relaciones reales, terminan siendo pesadas, lentas y llenas de complicaciones. Es entendible que esta generación, sea de egoístas y nuestras preferencias de relacionarnos lo prueba, pues prefieren la diversión, la sencillez de la tecnología, el amor y las historias sobre cómo se conoció la gente. Se vuelven menos románticas y más cibernéticas. (Pecheny, Figary y Jones, 2008). Existen elementos que influyen para que los sujetos estuvieran dispuestos a seguir con la relación virtual: eran necesarias cualidades positivas para que la relación siguiera su curso y estos elementos resulten simpáticos, agradables, profundos, confortables, divertidos, seguros, preocupados, alegres y tranquilizadores (Gladys, 2001).

En toda la historia de la humanidad ha existido el amor, el cortejo, el sexo, pero no como ahora. Los tiempos han cambiado, las ciencias sociales cambian y los libros sacan ediciones nuevas porque el ser humano se vuelve más solitario, metido en un ciclo sin fin, en donde para resolver su soledad entra a las aplicaciones con el objetivo de sanarlas, pero entre más entra se da cuenta que es un cambio de personas sin fin (Valenzuela, 2014).

El psicólogo y académico Agustín Martínez, (2013) sostiene que en la medida que las personas se interioricen sobre el funcionamiento de las redes sociales, mayor será el provecho que obtengan de ellas. Si la persona usa estas herramientas, pero de manera poco informada se pueden tener efectos adversos. Las redes sociales utilizadas de buena forma, son capaces de generar nuevas oportunidades de estudio, de trabajo e incluso, potenciar las relaciones personales.

Tapia (2012) analiza el comportamiento de las relaciones interpersonales profundizando en la comunicación y la innovación tecnológica. Se presentan diferentes concepciones sobre las redes sociales, con sus características, ventajas y desventajas en la sociedad posmoderna, Una de las formas más extendidas que adopta actualmente dicha sociabilidad virtual, entre los jóvenes, son las redes sociales que permiten relacionarse con otros, mantener lazos de amistad, de compañerismo, de afecto (Facebook) o de relaciones profesionales.

Sin que haya de por medio un conocimiento personal y directo, se trata de comunidades solidarias basadas en intereses, gustos o aficiones comunes, que permiten establecer vínculos frecuentes y a veces profundos con otros, a veces desconocidos o solamente identificados a partir de un Nick o seudónimo. Las redes sociales constituyen un espacio de interacción a partir de un perfil o identidad para mostrarse ante los demás (enseñar sus fotos), ver al otro, darse a conocer, comentar y desarrollar nuevas prácticas sociales. Ver y ser visto se presentan como los dos polos constitutivos del proceso de identidad, en el que la interacción virtual permite a los actores reconocerse mutuamente, a partir de prácticas de carácter horizontal, que escapan a otras agrupaciones, basadas en proximidad geográfica o de país, raza o familia (Rheingold, 1993).

Investigación en Comunicación y Paradigma Informacional

A principio de los años treinta del pasado siglo, surge la comunicación como una ciencia. Los filósofos, cibernéticos, psicólogos, sociólogos, lingüistas, físicos, antropólogos, han contribuido al debate teórico y metodológico de la comunicación. Hay teorías sistémico-matemáticas, físicas, psicológicas, sociológicas, antropológicas y lingüísticas, entre otras. En la comunicación hay varios paradigmas, modelos conceptuales y de investigación. Varios autores hacen una clasificación de los paradigmas en: informacional, dialéctico y paradigma de la comunicación en cómo hacer común. Uno de los parámetros que tiene la comunicación es la transmisión de la Información. El problema actualmente es cómo la información se comunica y transmite a través de los nuevos medios, como son las redes sociales. (Saladrigas, 1999).

DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

Los encuestados cursan una licenciatura en las facultades objeto de estudio. La mitad tiene entre 19 y 22 años y es la edad promedio en ese nivel de la educación superior universitaria. Alrededor de la quinta parte tiene más de 23 años. Los estudiantes de comunicación representan casi el 50%: la tercera parte son de Artes Visuales y casi el 15% son de Ciencias Políticas. El 46% es del sexo masculino y el 54% del sexo femenino. Casi la totalidad (85%) nació en Nuevo León y el resto procede de varios estados de México. Alrededor del 80% vive en los municipios de Monterrey, Guadalupe y San Nicolás de los Garza. Más de la mitad tiene viviendo 10 o más años en el mismo lugar.

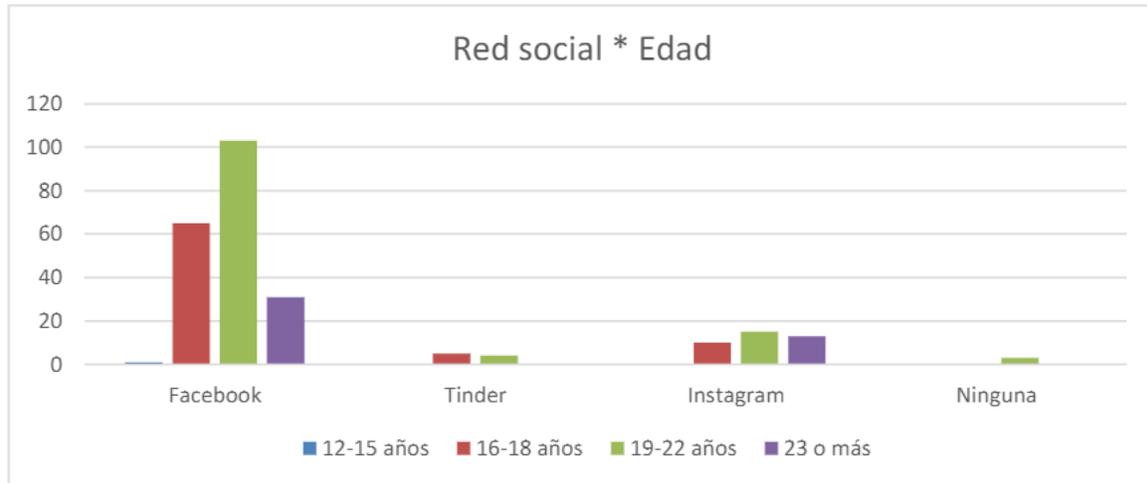
El 80% utiliza Facebook, el 3.6% Tínder y el 15.2% emplea Instagram. Los motivos de uso son para socializar en casi la tercera parte, en muy poco porcentaje por curiosidad y también en muy escaso porcentaje para abordar asuntos educativos y por aburrimiento. El 66% comparte comentarios sobre vida social. Una quinta parte sobre chismes en general, muy escaso porcentaje sobre política y otros temas. Con ello practican frecuentemente la comunicación interpersonal. Los motivos por los que comparten los comentarios son: diversión, aburrimiento, ocio, por interés hacia un tema o asunto, para entretenerse para, enamorarse, conocer otros puntos de vista, conocer gente, por inercia, con fines publicitarios, llamar la atención, entre otros.

El tiempo que dedican en sus publicaciones en Facebook es muy variado: menos de la mitad le invierte de 1 a 2 horas diarias; una tercera parte de 3 a 6 horas, alrededor del 10% le dedica de 7 a 12 horas diarias. Y un poco porcentaje, más de 12 horas diarias. En Instagram varían mucho las cantidades y los tiempos. Más de la mitad dedica alrededor de 3 horas. Existen lapsos en que se cambian de una red a otra, los cuales oscilan entre una y tres horas, así como para el cambio de perfil en cada una de las redes sociales.

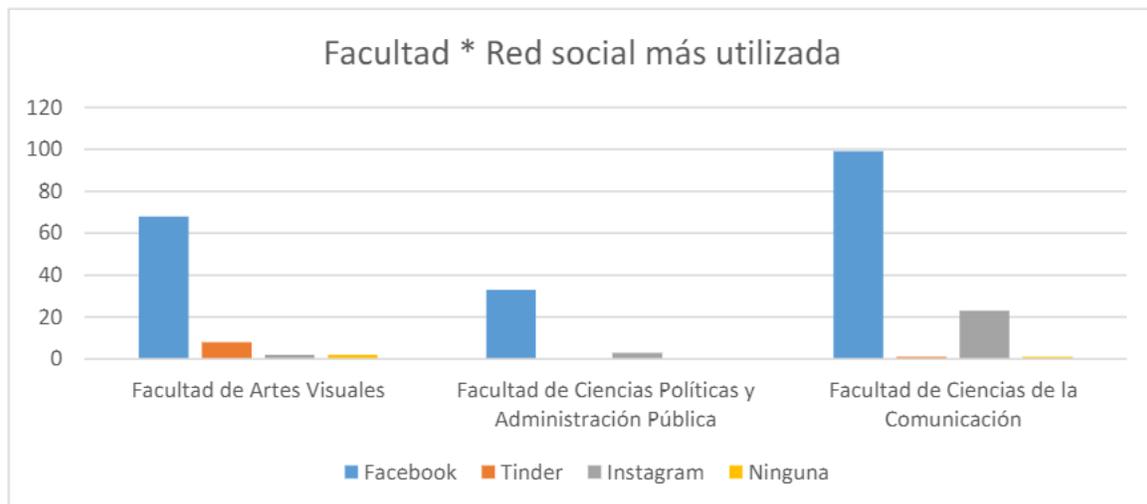
Los motivos para subir fotografías a Instagram son: porque son propiedad de quien las sube, para compartir momentos inolvidables, para expresarles porque son selfies, por aburrimiento, porque son fotos de mascotas, porque muchas son de comidas, para realizar comparaciones y por morbo, entre otros. El Tínder lo emplean para encontrar pareja los que están solteros, para socialización, por aburrimiento, para conocer gente, por casualidad y para saber qué pasa. La mayoría actualiza su perfil en Tínder con frecuencias que oscilan entre las 3 y las seis horas.

Las relaciones interpersonales son muy practicadas en las tres redes sociales consideradas en el instrumento de medición y mediante ellas con un lenguaje sencillo, coloquial, informal y pocas veces llegando al lo vulgar los interlocutores conversan y dan rienda suelta a sus expresiones, con un estilo accesible y tonos jocoso, burlesco, crítico, satírico, agresivo, entre otros. A través de esas infinitas conversaciones cotidianas se consigue pareja, se inician nuevas amistades, se conversa sobre temas muy diversos, se descubren compañeros de trabajo, principalmente. Pocos fueron los que expresaron que las redes sociales no funcionan y perciben en ellas muchas ventajas y pocas desventajas.

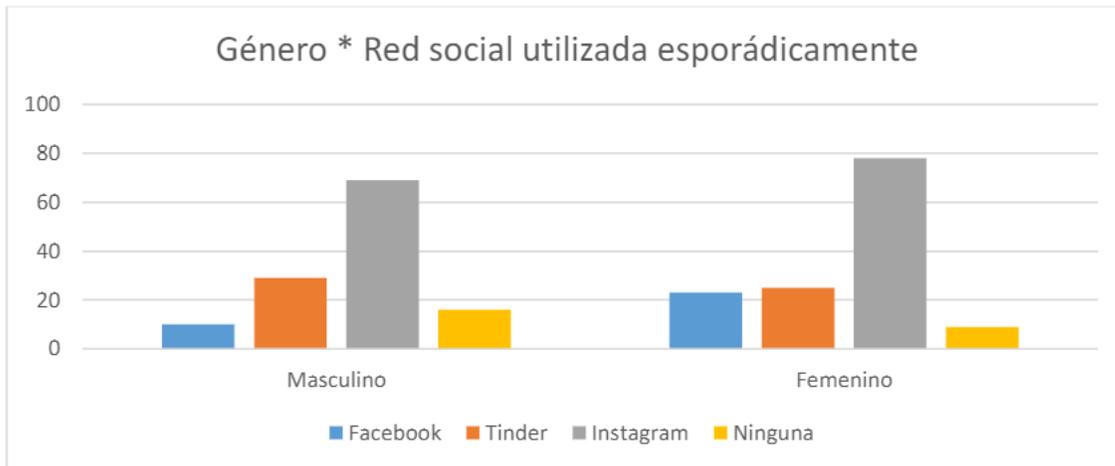
Se puso en práctica una relación de cruce de variables en la cual se detectó que la edad y el sexo tienen mucho que ver con las redes más utilizadas por los estudiantes universitarios, sus gustos, sus preferencias, los contenidos temáticos que publican, el lenguaje que utilizan, el tiempo de acceso a cada una de las redes sociales, sus contactos, entre otros. Los cruces de variables encontrados proporcionan interesante información que hace comprender mejor el entorno social.



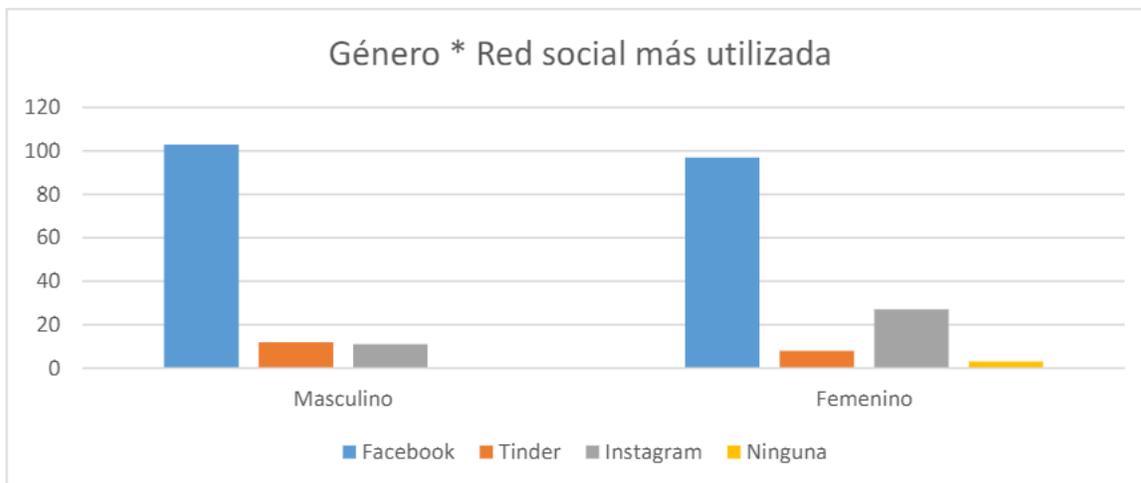
Facebook es la red social más utilizada. Generalmente, las redes sociales son usadas con mayor frecuencia por los jóvenes de 19 a 22 años.



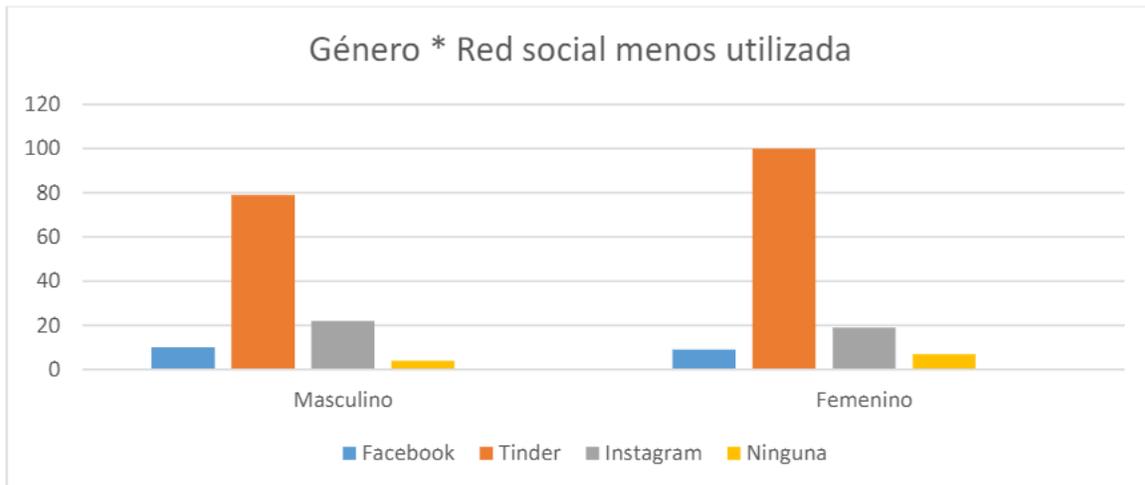
Facebook es la red más utilizada. Los estudiantes de la Facultad de Artes Visuales utilizan más Tinder y los de la Facultad de Ciencias de la Comunicación emplean más Facebook e Instagram.



Las mujeres manifestaron utilizar Instagram más esporádicamente que los hombres, al igual que Facebook. Por el contrario, más hombres expresaron utilizar Tínder esporádicamente.



Facebook y Tinder son mayormente utilizadas por los hombres, mientras que Instagram lo utilizan más las mujeres.



Tínder es la red social menos utilizada, principalmente por mujeres, pero también por un 80% de los hombres.

CONCLUSIONES.

1ª. Las tecnologías de información y comunicación en la actualidad son herramientas fundamentales que se han vuelto indispensables y se practican en la vida cotidiana de millones y millones de personas con capacidad intelectual, sin importar edad, sexo, religión, ni ideologías Su objetivo fundamental es satisfacer las necesidades elementales para estar informados y comunicados y con ello proporcionar placer, gusto o deleite a los usuarios de todos los niveles sociales, educativos y culturales.

2ª. El empleo de la Internet como red de redes, en las últimas décadas se ha generalizado entre toda la población, principalmente entre los adolescentes y los jóvenes, quienes utilizan esta valiosa herramienta para múltiples actividades y el envío de infinidad de publicaciones con contenidos sumamente diversos.

3ª. Las redes sociales existentes más utilizadas son: Facebook, Twiter Instagram y Tínder, entre otras, las cuales cumplen con la función de socializar y mantener informados a los millones de usuarios en todo el mundo, donde ya no existen países ni fronteras. Constituyen una herramienta de información y comunicación con mucha presencia para amplios sectores de la población, a nivel nacional y mundial.

4ª. La mayor parte de los encuestados (casi el 80%) tiene entre 19 y 22 años, vive en los Municipios de Monterrey, San Nicolás de los Garza y Guadalupe. Tiene más de 10 años viviendo donde mismo y son originarios del Estado de Nuevo León. El 46% es de sexo masculino y el 54% del femenino. Más de la mitad estudia en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL.

5ª. El tiempo que dedican a estar en contacto con las redes sociales, los estudiantes universitarios principalmente con Facebook, Instagram y Tínder, es muy variado, pues va desde 1 a 2 horas, hasta más de 12 horas diarias, pero la mayoría coincide entre 6 y 8 horas diarias, con más frecuencia en Facebook, por diferentes razones, destacándose las características de esta red social y sus consecuencias.

6ª. Las razones por las que los jóvenes universitarios utilizan las redes sociales son: por diversión, por ocio, entretenimiento, para realizar comentarios sobre los más diversos temas, muy poco sobre política y educación, para subir fotografías de personas y mascotas, para buscar pareja y amigos, para estar al tanto de los chismes de moda, para conocer gente nueva, entre otras.

7ª. En sus constantes comentarios y publicaciones en las redes sociales, los estudiantes encuestados ponen en práctica eficazmente y en cada momento la comunicación interpersonal, pues se pasan horas y horas en conversaciones con amigos, conocidos, gente desconocida y personas en general, con quienes tienen acceso a través de la gama de formas para entrar a una conversación y dialogar con sus interlocutores.

8ª. Se encontraron cruces de variables entre el sexo, la edad y la red social que más utilizan. Asimismo, estas mismas variables con respecto al lenguaje, estilo y tono utilizados en los frecuentes diálogos. También se cruzaron las variables anteriores con los motivos del uso de estas herramientas de comunicación y los contenidos de las publicaciones, así como con los contactos que tienen, entre otros cruces de variables.

BIBLIOGRAFÍA

Coplan, B. (2003). Las redes sociales y las democracias. Nueva York:s/e

Gladys, Roco (2001). Estudios sobre redes sociales y comunicación interpersonal. Barcelona.

Fundación Telefónica (2008).

Knorr,K.(1997).Socialidad con objetos: relaciones sociales en sociedades post-sociales del conocimiento. Austria:s/e

Thompson, J. (1998).Los Medios y la Modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Pecheny, M. Figury, C.y Jonis, D. (2008).Redes sociales y tecnologías de información. Buenos Aires; Libros del Zorzal.

Rheingold, H. (1993). La Comunicación y la realidad virtual. Nueva York:s/e.

Cornejo, M.; Tapia, M. (2012).Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. <http://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf>

Gallego, S. Redes sociales y desarrollo humano
<http://www.redalyc.org/pdf/3221/322127622007.pdf>

Saladrigas, H. (1999). La comunicación y la realidad. La Habana: Pablo de la Torre

<http://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706028.pdf>

<http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero2/Articulos/Intrecedu.pdf>

Valenzuela, R. (2014).Las redes sociales y su aplicación en la educación. Recuperado de [http://www, revista UNAM](http://www.revista UNAM), 14/junio de 2014