

XVIII CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INNOVACIONES EN DOCENCIA E
INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

Institución de Procedencia:

**Universidad Autónoma de Nayarit,
Unidad Académica de Contaduría y Administración Campus Norte**

Título de la ponencia:

“Efectos de los medios masivos de comunicación de las nuevas tecnologías en los
alumnos de la Unidad Académica de Contaduría y Administración Campus Norte de la
Universidad Autónoma de Nayarit”

Autores:

M.A.P. Isma Sandoval Galaviz¹

M.F. Maria Estéfana Aguilar Sosa²

M.C.A. Rodolfo Jesús Guerrero Quintero³

1Maestra en Administración Pública, Universidad Autónoma de Nayarit, 325 25 21900,
ismasangal@yahoo.com.mx

2 Maestra en Finanzas, Universidad Autónoma de Nayarit, 325 25 22255,
estefanaaguilar@hotmail.com

3 Maestro en Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Nayarit, 325 25 20053,
cayaco@hotmail.com

Índice

Resumen	3
Introducción	4
Descripción del Problema	5
Objetivo de la Investigación.....	6
Marco Referencial	6
Metodología de la Investigación	9
Análisis de los resultados	9
Conclusiones y Propuestas	12
Bibliografía	13

RESUMEN

En la actualidad la Universidad Autónoma de Nayarit se ha visto rebasada por la cantidad de aspirantes que desean ingresar a sus filas tanto en su espacio físico como en su capacidad de aceptación, siendo además reconocida este año en la lista de Universidades Públicas como la número 17 a nivel nacional, lo que ha incentivado que los jóvenes de diferentes estados deseen ser parte de ella. Por este motivo cuenta con extensiones en las distintas zonas que comprenden el estado de Nayarit: Sur, Norte, Costa.

La Unidad Académica de Contaduría y Administración Extensión Norte, perteneciente a la Universidad Autónoma de Nayarit en la localidad de Acaponeta, en la zona norte del Estado es parte de esta modalidad educativa en la que por motivos geográficos, sociales y económicos su población estudiantil presenta situaciones de consideración, siendo uno de ellos el uso adecuado de las nuevas tecnologías de la información y la comprensión de los medios masivos de comunicación en su desenvolvimiento académico.

El presente trabajo tiene como finalidad hacer un análisis del efecto de los medios masivos de comunicación en el alumnado del Campus Norte. Arrojando resultados respecto del impacto en los alumnos que cursan las carreras que ofrece el Campus Norte y su impacto en el aprendizaje. Por tal motivo se realizó una investigación en forma de encuesta sobre el uso y percepción por parte de los estudiantes sobre los medios masivos de comunicación.

PALABRAS CLAVES: Medios masivos de comunicación, tecnologías de la comunicación.

INTRODUCCIÓN

En cada país, la cultura que es un aspecto de desarrollo del individuo, representa un intercambio de ideas de la sociedad. En países como México, donde se ha dado importancia a la libertad de expresión, y se ha expandido para mostrar las inquietudes de la población, se ha dado la oportunidad de expresar lo que se considera de interés a cada sector de la sociedad. Este intercambio de ideas es cotidiano y ocurre en todas las esferas que conforman nuestra sociedad y crean un constante reacomodo en las maneras en que nos relacionamos con nuestros pares.

Las organizaciones sean del tipo y magnitud en que se encuentre, así como las actividades que realicen y la manera en que estén estructuradas, tienen como reto primordial integrar las nuevas tendencias y las interacciones sociales que ocurren entre sus integrantes ocasionadas por los adelantos tecnológicos principalmente. Las Instituciones de Educación Superior como centros de aprendizaje y formación no escapan a esta situación, poniendo interés especial en las nuevas formas de comunicarse y de pensar que los alumnos presentan a lo largo de su desarrollo académico y el efecto en que las nuevas tecnologías influyen y condicionan su comportamiento y formación cognitiva en relación a los contenidos de aprendizaje que las profesiones requieren.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Unidad Académica de Contaduría y Administración Extensión Norte, perteneciente a la Universidad Autónoma de Nayarit en la localidad de Acaponeta, perteneciente al municipio del mismo nombre, ofrece las carreras de Administración, Contaduría, Mercadotecnia, Derecho y Ciencias de la Educación. Cuenta con 545 alumnos divididos en las cinco carreras y en tres turnos: matutino, vespertino y semi-escolarizado. Ubicada en la Zona Norte del Estado el 90% de la matrícula se encuentra en el rango de los 18 a 23 años de edad y el 10% restante entre los 24 y 45 años. Se ha observado en esta institución actitudes por parte del alumnado en las que las nuevas tecnologías de la información son una constante incomoda:

a) La mayor parte del tiempo dentro del aula, estén tomando clase o no, el teléfono celular se ha convertido en un apéndice más del joven, donde es notorio el uso de éste al mandar mensajes de texto, tomar fotos con sus compañeros o ellos mismos.

b) El uso que le dan a la computadora y al teléfono celular como consola de juegos a todo momento.

c) El deterioro del manejo del lenguaje que se ve reflejado al entregar documentos de investigación, al abreviar palabras o escribirlas de manera errónea.

d) La dificultad de comprensión lectora de artículos y conceptos de nivel académico propios de su profesión, lo que origina que comprendan mal o simplemente no entiendan muchos de los términos y temas necesarios para su formación profesional.

e) El poco o nulo uso del espacio bibliotecario por parte de estos, debido al uso del Internet y de páginas como Wikipedia, Rincón del Vago, Monografías.com entre las más utilizadas, lo que origina el llamado “copy-page” al momento de entregar trabajos de investigación y el interés y entendimiento de lo leído.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Comprender el impacto de los medios masivos de comunicación en el alumnado de la Unidad Académica de Contaduría y Administración Campus Norte en su proceso de aprendizaje. Para de esta manera generar propuestas que coadyuven a su mejora.

MARCO REFERENCIAL

Es notorio que los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo. Es por ello que consideramos necesario que los educadores, para apoyar a la institución educativa utilizando los medios masivos de comunicación, sepan manejar la tecnología, que luchen por recuperar el lenguaje oral y escrito, y sobre todo al incorporar los contenidos de la nueva tecnología en la escuela, favorezcan una relectura crítica por parte del alumnado acerca de los mensajes que les llegan habitualmente de los medios masivos de comunicación, principalmente de la televisión o de la cultura audiovisual presente en los espacios de ocio de los alumnos.

Puesto que “Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten; a crear o a destruir la reputación de una organización, persona o grupo de personas; proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones. Son en muchas ocasiones los intermediarios entre la sociedad y el poder político. Son un poder porque poseen los instrumentos y los mecanismos que les dan la posibilidad de imponerse; que condicionan o pueden condicionar la conducta de otros poderes, organizaciones o individuos con independencia de su voluntad y de su resistencia”. (CARPIZO, 1999: 78)

Hoy resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, celular, TV Cable, radio, prensa y cine, mientras que un siglo atrás, excepción hecha del público devoto de periódicos y libros, nuestros ancestros podían vivir con mayor facilidad el prescindir de los medios masivos. La prensa gozaba de un público creciente, pero era concebible que las grandes mayorías vivieran al margen de su influencia. La comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal en convivios familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos como centros de una relación humana..

Es innegable que los medios de comunicación, más allá del mayor o menor poder que se les atribuye, han producido una revolución en el espectador. Y es que su presencia se prolonga en los distintos espacios de la vida social cotidiana, ya que es en el cuerpo, en el rostro, en la manera de hablar, en lo que cantan, en lo que comen, en los patrones de belleza y de éxito donde la cultura de masas se muestra presente a cada instante.

LA TELEVISIÓN

La televisión es un medio de comunicación audiovisual de seguimiento masivo que ejerce una gran influencia en nuestra vida cotidiana. Como elemento de entretenimiento, requiere poco esfuerzo para entender sus mensajes, actúa como sustitutivo de muchas actividades que requieren mayor reflexión y provoca modelos de referencia en el comportamiento de los niños (y no sólo de los niños) a través de la imitación.

“Los programas televisivos no se limitan a ser programas de televisión: son también películas, discos, cómics, juegos de ordenador, por no hablar de camisetas, carteles, envases de bocadillos, bebidas, álbumes, alimentos y otros muchos productos”. (BUCKINGHAM,2004:20)

En los últimos años, es un exceso la cantidad de horas que pasamos, como sociedad, observando todo tipo de programas televisivos; en el donde movimiento incesante de imágenes y la rapidez con la que absorbemos la información hacen que seamos receptores pasivos de la misma, si no seríamos incapaces de procesar la información, justo lo contrario que ocurre al leer o mantener una conversación. Este proceso de recepción de la información tan variable genera un estrés

emocional que puede desencadenar procesos de hiperactividad y problemas de atención. Esto último se ve reflejado en la atención que el alumno pone en clase.

EL INTERNET

El incremento en el número de ordenadores y conexiones a internet en los hogares mexicanos plantea la necesidad de analizar el tiempo y uso que se hace de internet en la adolescencia y su relación con el rendimiento escolar. Es frecuente es pasar 2 horas diarias “conectado” con diferencias significativas entre varones y mujeres. El tiempo de consumo se relaciona con el número de faltas a clase y el número de suspensos, pero no con el rendimiento en asignaturas como Lengua y Matemáticas.

Los adolescentes que actualmente cursan alguna carrera profesional en México forman parte de la denominada generación de internet o generación y, término acuñado por la prensa popular para denominar a los nacidos entre 1981 y 1999 bajo la expansión e influencia de internet.

La iniciación en esta tecnología se relaciona con las actividades escolares y según se avanza en edad aparece y se intensifica la comunicación con los iguales (Valkenburg y Meter, 2007). En adolescentes y jóvenes el uso más frecuente es de carácter placentero y no instrumental. Predominan las aplicaciones del Facebook y las redes sociales y las webs más visitadas son de entretenimiento (Blais et al., 2008).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para poder realizar el presente trabajo se contempló como Universo de Estudio a la totalidad de los alumnos del Campus Norte, en sus tres modalidades: turno matutino, turno vespertino y semi-escolarizado; asimismo en las cinco carreras que se imparten actualmente: Administración, Contaduría, Derecho, Mercadotecnia y Ciencias de la Educación. Siendo un total de 545.

Se consideró esta elección debido a la facilidad de acceder durante las clases a los estudiantes, tomando como herramienta de investigación el cuestionario, dividido en dos categorías: el uso de los medios masivos y el tiempo del mismo como Categoría 1 y la percepción que tienen de la influencia de estos medios masivos de comunicación en su aprendizaje como Categoría 2. Mismo del que se desprenden los siguientes resultados de los reactivos aplicados.

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Categoría 1

1. Cuales de estos factores creen que influye mas en tu rendimiento escolar?.

Relación familiar	Comunicación con el maestro	Sociabilidad estudiantil	Medios de Comunicación
25%	35%	20%	30%

2. Consideras que los medios de comunicación son un factor importante en tu educación?.

Si	No
35%	65%

3.- Que medio de comunicación utilizas mas en tu vida diaria?

Internet	Televisión	Celular	Revista	Periódico
40%	15%	40%	0%	5%

4.- Que medios de comunicación propone el maestro para desarrollar tus actividades escolares internas y

externas?.

Internet	Televisión	Celular	Revista	Periódico
70%	20%	0%	5%	5%

5.- Crees que la Internet y televisión influyen en tu actitud y rendimiento escolar?.

Si	No
40%	60%

6.- Que tipo de mensajes se difunden con mayor frecuencia en Internet y televisión?.

Educativo	Comercial	Social	Pornografía
10%	65%	5%	20%

7.- Crees necesario utilizar los medios de comunicación en actividades escolares?.

Si	No
80%	20%

8.- Consideras que la Internet y televisión influyen en tu actitud como estudiante?.

Si	No
15%	85%

9.- Que tipo de información observas al usar la Internet y televisión?.

Educativa	Comercial	Deportiva	Pornografía
25%	35%	40%	0%

10.- Que efecto puede tener en ti, los mensajes de Internet y televisión?

Cambio de actitud	Bajo rendimiento escolar	Bajo nivel sociable
35%	25%	40%

11.- Que periodos de tiempo utilizas la Internet, celular y televisión al día?.

1 Hora	1 a 3 Horas	Más de 3 Horas
20%	60%	20%

Categoría 2.

1. Que factores consideras que afectan el bajo rendimiento escolar de alumnos?.

Relación familiar	Medios de Comunicación	Método de enseñanza
30%	40%	30%

2. Que medios de comunicación utilizas para el aprendizaje y trabajos de investigación?.

Internet	Televisión	Celular	Libros	Periódico
70%	5%	10%	10%	5%

3. Crees que la mala actitud de los estudiantes es debida a la difusión de mensajes de Internet y televisión?.

Si	No
70%	30%

4. Que propuesta sugieres para disminuir el bajo rendimiento escolar por el uso del celular en la escuela y por la difusión de mensajes de Internet y televisión?.

Capacitar a alumnos	Actividades culturales	Actividades Sociabilidad
35%	20%	45%

5. Consideras que en las futuras generaciones se incrementara el bajo rendimiento escolar?.

Si	No
40%	60%

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

El estudiante no tiene cabal comprensión del significado de los medios masivos de comunicación y del impacto que tienen en su rendimiento académico, aunque lo proyecta sobre los demás. Puede opinar sobre sus compañeros y proponer un uso adecuado de estos medios para mejorar el rendimiento sin detectar el significado del poco o nulo uso de los medios impresos como revistas, periódicos y libros y lo que representa para su condición como futuro profesional pero sobre todo en las nuevas generaciones que se encuentran inmersas en esta dinámica social actual.

Los resultados muestran una situación preocupante en el sentido del deber ser del docente y la participación e influencia que tiene durante el aprendizaje del alumno, donde el conocimiento y adaptación de los nuevos tiempos y maneras de comunicación deben ser una imperante constante, porque de esta manera es lo que consideramos como docentes de nivel superior podremos apoyar de manera productiva a nuestro recurso principal que es el estudiante.

Derivado de esta línea de pensamiento es que de manera particular se muestra una propuesta para que el docente implemente las tecnología en algunas clases con temas específicos enfocado a cómo buscar información, ver documentales, realizar lecturas de conceptos entre otros para aprovechar el comportamiento que presentan en clases los alumnos, puestos que se considera que es necesario cambiar el enfoque del problema y comprender los posibles beneficios al utilizar estas nuevas tecnologías y nuevos usos y costumbres en el accionar cotidiano del adolescente. Por lo que se pretende mostrar esta situación a los docentes y administradores de la institución para que faciliten la instalación de señal de internet a los salones del campus y realizar pruebas pilotos en sus clases para observar que tan útil o no es la propuesta creada.

BILBIOGRAFÍA

BLAIS, J.J., CRAIG, W.M., PEPLER, D. y CONNOLLY, J. (2008) “Adolescents online: the importance of internet activity choices to salient relationships”. *Youth Adolescence*, 37, 522-536

BUCKINGHAM, David. 2004. Educación en Medios, Alfabetización, Aprendizaje y Cultura Contemporánea. Editorial Paidós, España. Páginas 331.

CARPIZO, Jorge. Los medios de comunicación masiva y el Estado de derecho, la democracia, la política y la ética, en Boletín Mexicano de Derecho Compartido. Nueva serie, Año XXXII, No. 96, Septiembre-Diciembre de 1999. Antología Teoría y Métodos de Comunicación Educativa I. -