

Percepción de universitarios sobre los estereotipos sociales en los medios de comunicación

Enrique Fuentes Vázquez (*) kikis.fuentes@hotmail.com

Laura Hernández Tufiño (*) lauraizettufi@gmail.com

César Ramos Santana (*) cers413@gmail.com

*Estudiante de la carrera de Psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, UNAM

Cómo citar este texto: Fuentes, E., Hernández, L. y Ramos, C. (2017). Percepción de universitarios sobre los estereotipos sociales en los medios de comunicación. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 3(6), 12-22.

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de indagar en la percepción de los universitarios sobre el consumo propagado por los medios de comunicación, enfatizando en los estereotipos sociales transmitidos por la televisión, el radio y la internet. Participaron 30 estudiantes de psicología de la FESI, con edades comprendidas entre los 20 y 25 años, siendo 15 del sexo masculino y 15 femenino. Se aplicó el cuestionario de Uso problemático de nuevas tecnologías y un cuestionario de nuestra autoría para conocer su percepción respecto a dicho material. Los datos obtenidos se analizaron con el programa estadístico SPSS encontrando que, la población universitaria invierte mucho tiempo en el uso de las TIC por ende están en contacto con los estereotipos de comportamiento social, sin embargo, no se está conforme con las ideas transmitidas, se considera necesaria una educación para generar juicios al contenido, además de supervisión paterna.

Palabras clave: estereotipos sociales, medios de comunicación, universitarios, TIC, percepción.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of investigating in the perception of the university students about the consumption propagated by means of communication emphasizing in the social stereotypes transmitted by the television, the radio and the Internet. Participated 30 FESI psychology students, aged between 20 and 25 years, 15 male and 15 female. The problematic Use of new technologies questionnaire and a questionnaire of our authorship were applied to know their perception regarding this material. The data obtained were analyzed with the statistical program SPSS, finding that the university population invests a lot of time in the use of ICTs, thus in contact with the stereotypes of social behavior, however, it is not satisfied with the ideas transmitted, it is considered Education is needed to generate judgments on content, as well as paternal supervision.

Keywords: Social stereotypes, media, university, TIC, perception.

1. INTRODUCCIÓN

Presentación de la problemática

Veveve (2015) Plantea que los medios de comunicación son aquellos que permiten transmitir la información de los acontecimientos más destacados a nivel mundial en tan solo unos segundos, teniendo así como objetivo fundamental el comunicar y dar a conocer los sucesos a la diferentes poblaciones; los medios de comunicación han ido evolucionando con el paso del tiempo ya que los más representativos hace tan solo unos diez años eran la televisión, la radio y la prensa escrita, todas ellas han sido desplazadas por los nuevos medios de comunicación conectados a internet como el celular, computadoras y tabletas ya que la propagación de la información se hace viral y tiene más alcance que los medios pasados, destacando principalmente las redes sociales. El

surgimiento de las redes sociales ha venido acompañado del auge y desarrollo constante de las tecnologías de la comunicación y diversas peculiaridades que estas tienen; entre las cuales se destaca la deslocalización de los eventos, esta refiere a que el receptor y emisor no deben de estar presentes en el momento que ocurren los hechos, ya que gracias a un mensaje acompañado de contenido multimedia ya sean fotos o videos se puede comprender el suceso sin la necesidad de estar presentes, el contenido es tan rico y preciso que se puede sentir como si estuviera ahí; otra característica a destacar es la improvisación del contenido, este elemento es lo que innova a estos nuevos medios de comunicación a diferencia de los pasados, ya que los hechos surgen inesperadamente y el contenido se va actualizando constantemente sin necesidad de que los reporteros, camarógrafos y demás busquen las situaciones

para transmitir lo sucedido, con un teléfono celular basta y nos lleva a otro elemento favorable que es la inmediatez, este principio se refuerza y complementa con las dos anteriores, ya que lo inmediato se alimenta de la imprevisión y se potencia con la deslocalización. Es la esencia de los nuevos tiempos de la comunicación social, ya que responde a nuestra manera de atender la noticia y conforma la mirada mediática de los espectadores ya que el hecho de que tengamos a nuestra disposición toda la información, facilita el que podamos acceder a todos los detalles y, así, recuperar lo más preciso o lo más importante de una forma instantánea y sin grandes esfuerzos. La accesibilidad es, por tanto, otra propiedad interesante que se potencia en el nuevo espacio y mediante la que conseguimos llegar a cualquier parte. La incorporación de esta función acorta las distancias que antes se hacían insalvables en aquellos medios en los que la información estaba aislada, y además libera del tedio que supone o suponía la duración de la consulta y la búsqueda de referencias precisas y finalmente la interacción ante los sucesos que se da a partir de las redes sociales en donde las personas pueden dar su punto de vista o compartir información complementaria haciendo más interesante que los medios de comunicación viejos unidireccionales.

De este modo es necesario indagar sobre el uso del celular, es por ello que Gitte (2008) estudió el significado del móvil en la vida cotidiana de jóvenes daneses entre 16-25 años, específicamente en cuatro áreas que son disponibilidad, experiencia, importancia del móvil y aprendizaje social. Encontrando que la identidad de los jóvenes está influenciada por los medios de comunicación y como el celular facilita este proceso, esto debido a que hoy en día los celulares pueden ser transportados a cualquier lugar convirtiéndolo en una extensión del joven. El autor menciona la comparación de la evolución del teléfono móvil a lo que ahora es y su movilidad en cuanto a tamaño, ligereza agregándole diferentes funciones como foto, video, diarios, agendas, alarmas, mp3 y quitándole el sentido de comunicación el cual era principalmente lo que hay provocado que el celular sea ahora fundamental en la vida diaria convirtiéndose en una herramienta de aprendizaje, y un distractor pues las personas están al pendiente de su celular al llegar llamadas o mensajes y sobre todo para el ocio. Por último la identidad de los jóvenes se verá identificada en los tipos de aparición básica, selección de alarmas, la forma de escribir, para que lo usen, la forma de escribir se aborda por las redes sociales y las relaciones que posibilitan y ponen a prueba las normas y reglas que aprenden en estas redes, es decir la forma de comunicación o el lenguaje que es empleado, por lo tanto el móvil es el instrumento personal predominante para la coordinación de la vida cotidiana sobre relaciones sociales siendo el mediador de la identidad de los jóvenes al mostrarle diferente información, Desde este

punto el autor nos hace ver una forma específica de cómo los jóvenes Daneses consideran importante el uso y necesidad del teléfono móvil para estar en contacto orientado principalmente a la personalización de este en cuanto al contenido que puede llegar a tener el teléfono.

Ligado a lo anterior Rajeev (2015) señala que hoy en día la población de adolescentes ha sido caracterizada por el estereotipo de la dependencia a los aparatos electrónicos, principalmente al celular ya que ha servido como una herramienta de comunicación que permite a las personas estar en contacto con personas conocidas y extraños. Pese a su gran alcance y grandes ventajas de estos dispositivos, se encuentran aspectos negativos como la falta de socialización física entre pares, el realizar actividades al aire libre, el aislamiento familiar carente de vigilancia, seguridad y un elemento muy importante en la actualidad el cyberbullying

La investigación es realizada bajo la premisa de una sociedad actual influenciada por los medios de comunicación de muchas maneras dentro de la vida cotidiana. Ya que es el medio de comunicación que sirve para obtener información, para formar opiniones y hacer juicios sobre diversas cuestiones. Son los medios de comunicación aquellos que mantiene a la gente informada y actualizada sobre lo que está sucediendo a su alrededor y en el mundo. Es por ello que, en el presente artículo, el investigador estudió el impacto del teléfono móvil entre los jóvenes principalmente dentro de las relaciones sociales. Los objetivos específicos del estudio fueron: Estudiar la influencia de otros sitios de redes sociales o factores contribuyentes en el uso de teléfonos móviles, estudiar la medida en que son utilizados los teléfonos y analizar los impactos positivos y negativos del uso del teléfono móvil. Dentro de los aspectos negativos se encuentra la distracción que puede causar el móvil al estar escribiendo mientras se va caminando e inclusive conduciendo, de igual modo se pasa por desapercibida la posible radiación que el móvil genera.

Para llevar a cabo la investigación se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, en donde las muestras fueron recolectadas de los jóvenes del género masculino y femenino, el tamaño de la muestra del estudio es de 50 encuestados. Cada uno de los participantes debía responder un cuestionario que englobaba cuatro aspectos evaluando diferentes características cada uno; el aspecto de individual consiste en identificar el tipo de familia, los recursos económicos de cada participante, su escolaridad, localidad, empleo; el aspecto de uso evalúa el fin de utilizar el teléfono, al igual que los sitios y horarios; el aspecto que evalúa el tipo de relaciones sociales que posee cada participante y por último es aspecto social en el que se pretende encontrar la influencia los factores sociales que impactan a la comunidad. Los resultados indican que un alto porcentaje de los entrevistados pertenecen a una familia nuclear proveniente de zonas

urbanas con una condición económica media, es por ello que tienen un fácil acceso a adquirir teléfonos celulares, sin embargo, el uso que se les da principalmente es para el ocio principalmente el de las redes sociales y contenido multimedia. Es por ello que el autor propone que el uso del celular podría emplearse para la educación de aspectos más favorables a las poblaciones jóvenes.

Hoy en día la población juvenil es la que le da un mayor uso a las nuevas tecnologías, es por ello que Ruiz (2014) realizó investigación cualitativa con adolescentes españoles de 13 – 17 años, los cuales tenían un nivel socioeconómico diferente, se aplicaron cuestionarios y entrevistas con el propósito de encontrar como las redes sociales no solo tienen una implicación comunicativa, sino que influye en las relaciones de vinculación, al mismo tiempo se indaga en el cómo los discursos del sistema sexo-género son parte del origen de la violencia contra las mujeres a través de mecanismos de control que son considerados como muestra de amor. Centrándose en las redes sociales ya que forman parte de la vida del adolescente siendo casi indispensables para relacionarse e interactuar con sus pares, son utilizadas para tareas, descargar música, buscar información y también formar sus relaciones de pareja, por lo tanto, la socialización de género se ve en la red. Otro dato que toma es la violencia que tiene la mujer a causa de su pareja sentimental y como esta proporciona un gran número de mujeres agredidas enfatizando que los medios de comunicación hipersexualizan a las niñas desde pequeñas para crear a niñas sumisas, dependientes, susceptibles y con la necesidad de ser amadas ser las princesas rosas y a los niños ser el hombre de acción, haciendo que las niñas entren en ciertos estereotipos y el cómo los medios de comunicación reproducen aquello que la sociedad espera de hombre y mujeres.

Los resultados obtenidos en esta investigación demostró que los adolescentes se les hace difícil imaginar una vida sin teléfono móvil pues lo utilizan mucho para estar en contacto con sus iguales, en cuanto al discurso del amor se encontró que lo ponían en planos por debajo de familia y amigos, sin embargo a la hora de preguntar la creencia del amor verdadero se encontró que está presente en las mujeres y no en los hombres, así como la idea de que mientras más te cela más te quiere por lo que ahí se ve la violencia ante la mujer y su creencia.

Al mismo tiempo que los medios de comunicación, en especial el celular permiten a los adolescentes indagar sobre cosas de su interés, se pueden apreciar que los medios de comunicación también proporcionan información académica productiva es por ello que King (2012) hace una investigación con el enfoque de la teoría del aprendizaje social para la toma de decisiones de carrera, los participantes fueron 108 estudiantes afroamericanos de secundaria con edades de 11- 16 años, viendo las relaciones familiares y el grado de los padres

si vivían con ellos (encuesta demográfica) y un estudio de influencia de rol televisivo el cual veía los hábitos de la persona por ver la televisión, sus aspiraciones y su confianza para alcanzarlos así como personajes favoritos se están identificados ya que los adolescentes pueden no ser conscientes de ellos y, por lo tanto, es necesario medir esta influencia, viendo el cómo las caricaturas influyen en la toma de decisión del adolescente, utilizando también otro instrumento “mi situación vocacional” el cual engloba identidad vocacional, información ocupacional, identidad profesional y metas claras de está, viendo cuales eran las carreras que se definían por el adolescente a través de su gama de aspiraciones de acuerdo al número de carreras puestas por él. Se encontró que la elección de carrera dependía mucho de si el padre o la madre practicaba alguna de ellas, así como su aumento de ver televisión los fines de semana a comparación de entre semana, así como su caricatura favorita influiría también en su elección de una carrera pues la mayoría de su caricaturas favoritas tenía un trabajo confirmando que la teoría del aprendizaje visual toma un peso importante en la elección de los jóvenes

Una preocupación de la sociedad es lo que los niños ven en la televisión, debido a ello Perales y Pérez (2007) investigaron el papel que tienen los medios de comunicación en cuanto la transmisión de valores, creencias, comportamientos y estereotipos globalmente impuestos por la sociedad. Remarcando que no siempre toman las medidas necesarias para una propagación de aprendizaje favorable para los espectadores, los cuales al ser consumidores y partícipes deben poseer un juicio crítico respecto a las situaciones compartidas e interpretadas mediante el conjunto de estos medios ya que en muchas ocasiones lo transmitido es irreal o carece de lógica; generalmente se transmite mediante TIC, en donde encontramos la televisión como eje central de la investigación sin descartar el internet a partir de computadoras, celulares y tabletas al igual que los videojuegos. Es por ello que la audiencia infantil representada por niños al no poseer un juicio crítico ante el material observado se tiende a apropiarse de información distorsionada por la exageración televisiva o el material inadecuado de acuerdo al desarrollo biopsicosocial de los menores manifestándose en el morbo y la violencia denominado telebasura. Se plantea la posibilidad de fomentar una buena educación en los emisores partiendo de estos medios. El centro de atención para Perales y Pérez consiste en identificar que imágenes estereotipos y comportamientos son adecuadas para la audiencia infantil por lo que se hizo un análisis de los elementos formales, estilísticos, expresivos, narrativos, temáticos, valorativos, estanciales de los personajes a partir de categorías del mensaje desde de la sociología, psicología, lingüística, lógica y las técnicas de realización televisiva. Un elemento clave en el estudio es la definición de género televisivo. Hoy se tiende a pensar que los espacios

televisivos deben clasificarse de forma matricial, integrando al menos tres variables simultáneas que son el formato, la audiencia y los Contenidos. Para ello se analizan los programas televisivos en los que niños sean protagonistas o coprotagonistas con el fin de analizar el mensaje transmitido a la audiencia infantil, esto debido a que en ese tipo de programas los niños plasman conductas inadecuadas o un libertinaje en contra de las figuras de autoridad fomentando conductas no adecuadas o su extremo antagónico siendo víctimas del maltrato y el castigo generando miedos; de igual modo el estudio de género se ve inmerso ya que se plasman estereotipos de comportamiento basados en estereotipos culturales de cómo debe comportarse cada género. De todo lo anterior cabe deducir que la imagen que los menores reciben de sí mismos a través de los relatos televisivos está claramente condicionada por los intereses del mercado audiovisual, y no se inscribe generalmente en modelos pedagógicos ni se compadece con los estadios de la evolución psicológica en esos segmentos de edad. No se provee a los menores de habilidades de conocimiento, alfabetización mediática y recepción crítica, que favorezca pasar ante los medios de una posición puramente defensiva o reactiva (la defensa y protección del menor ante los contenidos inadecuados) a una posición proactiva (la utilización adecuada de los medios y de los beneficios que pueden aportar)

Ligado a lo anterior, los medios de comunicación transmiten información no productiva a los adolescentes, es por ello que existe una gran crítica a los reality shows que en la actualidad se televisan y transmiten información distorsionada a un público no apto, es por ello que Stefanone, M., Derek, L., Devan., Rose. (2010) encontraron que los comportamientos que las personas apropian de la televisión son vistos con frecuencia en los reality shows, videos musicales, conferencias, películas y otros. La gente toma esas características de estos actores, Artista, etc. y utiliza las tecnologías para comunicarse con estos ídolos. El desarrollo y la popularidad se llama "reality television" Estos reality shows no son saludables porque, los usos de la interacción sin guion de los actores no profesionales se consideran como "gente común". Lo cual hace que los pensamientos personales, comportamientos y las interacciones de sus personajes sean el foco principal de atención de la audiencia. La cultura es voyerista porque se busca mostrar buenos cuerpos físicos de los participantes volviéndolo más atractivo para los espectadores. De lo que se ve en la televisión, las personas adquieren actitudes y necesidades de adquirir ropa, generando el deseo de alcanzar la semejanza volviéndose necesario para los espectadores. Las redes sociales juegan un papel importante en la vida de esta cultura, la investigación académica en las redes sociales está creciendo, con el foco en una gama de ediciones incluyendo el aislamiento. En el presente estudio, los personajes de televisión en realidad muestran

la programación como modelos, y la Internet proporciona un nuevo contexto para la adopción del comportamiento observado. Sitios Como el correo electrónico apoyan el almacenamiento, la organización y el intercambio fotos digitales, mientras que los sitios de redes sociales generales como Facebook incluyen compartir fotos como una funcionalidad clave. Este estudio encuestó a adultos jóvenes para determinar en qué medida la realidad televisiva muestra el consumo, explicando así una gama de comportamiento del usuario en el contexto de los sitios de redes sociales. El resultado de esta investigación, fundó la confluencia de esta creciente popularidad.

De igual modo Stefanone y Dereck (2009) comentan el papel de la psicología a partir de la teoría cognitiva social, su objetivo es explorar la relación de los reality shows y el comportamiento social manifestado en línea. La relación entre el contenido de los medios de comunicación y las actitudes culturales. Los temas más examinados en la investigación de comunicación masiva. Uno de los mensajes más consistentes de RTV se refiere a NDS, donde las revelaciones personales no están dirigidas a individuos específicos, sino a audiencias más amplias. Dado que los pensamientos personales de los personajes no son (todavía) directamente accesibles para el público, la estructura narrativa de muchos programas de RTV requiere que los personajes de sacrificar la privacidad tradicional, revelando pensamientos y sentimientos a una audiencia amplia, esta es la razón para mostrar a los actores con características específicas (ropa, alto, cuerpo). La Teoría Social utiliza el término modelamiento para caracterizar el proceso mediante el cual un individuo observa a los demás, interpreta el comportamiento observado y ajusta su propio comportamiento en respuesta. Los blogs son una reconfiguración de herramientas existentes basadas en la web: Páginas web actualizadas con frecuencia que generalmente tienen archivos actuales y archivados mensajes basados en texto. Estas herramientas permiten a cualquier persona con acceso a una computadora e Internet crear y mantener un blog porque se requiere poco conocimiento técnico. A diferencia de los blogs o el intercambio de videos, la fotografía tiene una historia larga y social. Como los estadounidenses han crecido cada vez más móviles en las últimas décadas, las fotos han ayudado a mantener distantes miembros de la familia y amigos en estrecha emocional proximidad. En muchos casos, la digitalización de la fotografía simplemente hizo que estos procesos de compartir fueran más rápidos y más cómodos.

Este estudio utilizó datos de encuestas para examinar el consumo de espectáculos de realidad y el contexto social fuera de línea de los usuarios como posibles antecedentes para Auto-revelación a través de blogs, compartir fotos en línea y compartir videos en línea. El consumo de RTV se correlacionó con el intercambio de blogs y videos, pero no con el intercambio de fotos. El tamaño de la red de

apoyo social fue una correlación significativa del intercambio de fotos, lo que indica que compartir fotos puede ser una actividad más relacional.

Dentro del plano psicológico se ha buscado el efecto que generan los medios de comunicación en las personas, es por ello que Sandoval (2006) en su estudio encontró una gran parte de las investigaciones se han dirigido a probar la relación entre la televisión y la conducta agresiva, debido a que en algunos estudios cumbres sobre aprendizaje social se encontró que cuando los niños eran expuestos a modelos agresivos, imitaban esta clase de conductas en situaciones de juego posteriores, especialmente cuando se involucraban juguetes similares a los que se encontraban en las escenas televisadas. La mayoría de investigaciones ulteriores concuerdan en que existe una alta correlación entre la exposición al medio y las conductas agresivas y violentas; lo mismo sucede con la aceptación de la violencia de otros. No obstante, no se tienen los mismos efectos con respecto a la conducta de ver televisión sobre la etiología y exacerbación de la conducta agresiva, en niños con problemas emocionales. Entre estos parámetros se encuentran las experiencias previas y el tipo de contexto en el cual se desarrolla el niño. Los autores, dependiendo de su enfoque teórico, han rotulado de modo diferente estos factores, pero en esencia se refieren a los mismos parámetros: la historia del individuo que genera una configuración disposicional particular y sensible a los modelos agresivos, así como las contingencias sociales que favorecen el mantenimiento de los comportamientos aprendidos a través del medio televisivo.

Existen numerosos argumentos para responsabilizar a la televisión de los comportamientos agresivos o del aislamiento social y que estos argumentos varían dependiendo de las problemáticas presentes dentro de la familia y del desempeño escolar de los niños y niñas. Frente a un alto desempeño escolar, medido con los parámetros de las escuelas a las que asisten estos niños y niñas, las regulaciones sobre la televisión se tornan laxas. Por el contrario, un bajo desempeño escolar desencadena una serie de regulaciones muy fuertes sobre el consumo de televisión.

Los medios masivos de comunicación son una de las fuentes de socialización más potentes en las culturas modernas. Permiten la demostración de modelos de comportamiento, mantienen patrones de conducta adaptativos o desadaptativos, están relacionados con el desarrollo de las culturas en diversos sentidos y forman una parte fundamental del conjunto de principios, valores, creencias y reglas de una sociedad. El gran interrogante que se plantea es con respecto al tipo de prácticas culturales que describen los medios masivos de comunicación y cuál es su impacto en la adquisición y mantenimiento de formas de conducta en la población.

Presentación del problema específico

Los medios de comunicación en la actualidad juegan un papel fundamental en la vida de todas las personas, principalmente aquellos que tienen acceso a Internet como lo son las redes sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, YouTube), los foros, wikis, los servicios de televisión en línea (streaming) y la televisión. La población más vulnerable a los efectos negativos del contenido propagado por los medios de comunicación, son las personas que no poseen un juicio crítico respecto a todo lo que están viendo o escuchando a partir del bombardeo de contenidos estereotipados de diferente índole; principalmente de productos estereotipados de estilos de vida que a su vez involucran objetos materiales, comportamientos, vestimentas, lugares por concurrir, relaciones emocionales (noviazgos, matrimonios, unión libre, infidelidades, etc) relaciones familiares y escolares. Es por ello que al estar en contacto durante tiempos prolongados, estos pueden afectar la forma de percibir la realidad de las personas y que busquen hacer lo imposible para poder tener acceso a lo que están viendo en los medios de propagación. (Perales y Pérez, 2007)

Partiendo de lo anterior, la presente investigación tiene el objetivo principal de indagar en ¿cómo se perciben esos estereotipos en la comunidad universitaria? ya que es la población que tiene un mayor contacto con este material a partir de los medios de comunicación (Rajeev, 2015) señala principalmente el uso de las redes sociales, entre las que destacamos las de mayor uso que son Facebook, Twitter y YouTube. Cabe señalar que estas redes mencionadas se encargan de transmitir un sin fin de información que muchas veces es exagerada e inapropiada o sin algún fundamento verídico que los respalde, al igual que los servicios de tv por streaming que se ha vuelto popular en los últimos años ya que la mayoría de series presentadas en estas plataformas exageran la realidad mediante el drama con la finalidad de tener un mayor número de seguidores. Ese material tiende a recrear escenarios o comportamientos que no son los más apropiados para su bienestar poniendo en peligro a la vida de la persona y a las le rodean; de igual modo nos interesa indagar en uso y tiempo que se da a estas nuevas tecnologías por parte de la población universitaria, mediante que dispositivos logran tener acceso y si sus padres o profesores en algún punto les han mencionado o tratado de orientar en cuanto a los contenidos que se presentan en la red. Una vez que obtengamos toda la información a partir de instrumentos, se tratará de realizar una aproximación general al fenómeno de la percepción de los estereotipos sociales, los dispositivos y el tiempo empleado por parte de estudiantes universitarios de la FESI.

Propósito

La educación en el siglo XXI requiere forzosamente tener el conocimiento y estar en contacto con las TIC que facilitan el trabajo colaborativo, el movimiento de la información y búsqueda de la misma. Sin embargo, no hay una educación previa que enseñe a las personas a darles un uso adecuado, ni determinar qué tipo de contenidos son buenos, es por ello que los medios de comunicación en conjunto con las TIC transmiten un sinnúmero de estereotipos sociales que serán percibidos subjetivamente por cada persona y repercutirá en cada uno de acuerdo al juicio que se posea.

El propósito de nuestra investigación es tener una aproximación a la subjetividad individual de los universitarios de psicología, respecto al juicio que tienen sobre los estereotipos sociales que son vistos a partir de las TIC y o medios de comunicación. Una vez que obtengamos toda la información a partir de instrumentos, se tratará de realizar una aproximación general al fenómeno de la percepción de los estereotipos sociales, los dispositivos y el tiempo empleado por parte de estudiantes universitarios de la FESI.

2. MARCO CONCEPTUAL

Perspectiva

La población de adolescentes ha sido caracterizada por el estereotipo de dependencia a los aparatos electrónicos, principalmente al celular ya que ha servido como una herramienta de comunicación que permite a las personas estar en contacto con personas conocidas y extrañas. Pese a su gran alcance y grandes ventajas de estos dispositivos, se encuentran aspectos negativos como la falta de socialización física entre pares, el realizar actividades al aire libre, el aislamiento familiar provocando carencia de vigilancia, seguridad y un elemento muy importante en la actualidad el cyberbullying Rajevvv(2015).

El papel que tienen los medios de comunicación como internet en los celulares, en cuanto la transmisión de valores, creencias, comportamientos y estereotipos globalmente impuestos por la sociedad, no siempre toman las medidas necesarias de una propagación de aprendizaje favorable para los espectadores, los cuales al ser consumidores y participantes deben poseer un juicio crítico respecto a las situaciones compartidas e interpretadas, ya que en muchas ocasiones lo transmitido es irreal o carece de lógica (Perales y Pérez,2007).

Causas del problema

Una de las principales causas de la problemática es que las personas que no poseen un juicio crítico ante el material observado o escuchado en cualquier medio de comunicación, tiende a apropiarse de información distorsionada por la exageración del material inadecuado manifestándose en el morbo y la violencia con el fin de

atraer a más seguidores. Cosa que repercutirá en el comportamiento y construcción de identidad de los consumidores (Perales y Pérez, 2007)

Dentro del plano psicológico se ha buscado el efecto que generan los medios de comunicación en las personas, es por ello que (Sandoval, 2006) encontró una gran relación entre la televisión y la conducta agresiva partiendo desde la teoría del aprendizaje social. Se ha encontrado que las personas al tener contacto con modelos no apropiados tienden a aprender comportamientos disruptivos que son reproducidos y pueden generar problemas a las personas que lo hacen. Del mismo modo la adicción a el móvil y estar conectado a internet es un problema de la actualidad que favorece la transmisión de los estereotipos sociales a partir de dispositivos multimedia que propiciaran a comportamientos inadecuados para la vida social.

Debido a lo anterior nos preguntamos ¿Qué percepción tendrán los universitarios de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala respecto a los contenidos propagados por los medios de comunicación?. Partimos de la hipótesis que los universitarios poseen un juicio crítico para discriminar los buenos y malos contenidos que son propagados por los medios de comunicación, principalmente dentro de los estereotipos sociales que en ocasiones marcan tendencias de como debiéramos comportarnos.

3. PLANTEAMIENTO

Método

Participantes

Para la investigación se requirió la participación de 30 estudiantes activos de la carrera de psicología de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala, 15 del sexo femenino y 15 masculino entre edad de 20 a 25 años.

Instrumentos

Se utilizaron dos cuestionarios con el fin de indagar en la percepción que tienen los universitarios y otro para conocer el tiempo y frecuencia que invierten en Tic.

Se aplicó el Cuestionario de Uso Problemático de Nuevas Tecnologías (UPNT). Consta de 41 ítems, que nos permiten conocer el tiempo empleado en internet, videojuegos, televisión y el uso del celular; al mismo tiempo evalúa la dependencia e importancia en la vida del participante.

Del mismo modo realizamos un cuestionario para indagar en la apreciación que tienen los universitarios respecto al material (estereotipos sociales) que son transmitidos en los medios de comunicación. En esta prueba identificamos los aparatos que poseen los participantes que les permiten acceder a internet o señal de comunicación; del mismo modo se emplean dos escalas Likert con el fin de identificar el acuerdo o desacuerdo del

contenido de los medios de comunicación y el tiempo empleado con los aparatos antes mencionados.

Obtención de datos

Procedimiento

En primera instancia se utilizó un muestro aleatorio por conglomerados, con la condición de que los participantes fueran estudiantes universitarios de la carrera de psicología en edades de 20 a 25 años. Una vez cumpliendo este requerimiento se le explico a cada uno brevemente ambos cuestionarios y la confidencialidad de su información para que una vez obtenidos los datos se hiciera un registro en la base de datos.

Resultados

El cuestionario estereotipos sociales nos permitió recabar información respecto a los dispositivos que facilitan a los universitarios estar en contacto con los medios de comunicación y por ende a los estereotipos transmitidos. Se puede apreciar en la tabla 1. Dispositivos que se posee, el 96.6 % de la población posee una computadora, es decir 29 de los 30 participantes posee una computadora que le permite estar en contacto a través de internet con un sinnfin de información a través de la web lo que permite que mucha de esa información sea recibida corriendo el riesgo de que sea información basura que sea apropiada si no se tiene un juicio crítico; la televisión al igual que la computadora es un dispositivo que está presente en el hogar de los participantes ya que 28 que representan el 93.3% de la población tienen acceso a programas de televisión de diferente índole, a partir de los programas de televisión como se mencionó anteriormente, se manejan estereotipos exagerados con el fin de ganar más público, lo cual es sumamente alarmante ya que en ocasiones carecen de ética y son aprendidos por un público no apto, al mismo tiempo que los horarios no son manejados con todas las precauciones requeridas; como se consultó en la información y se ve en la vida diaria el uso del celular es fundamental hoy en día, es por ello que el 83% de la población cuenta con un dispositivo móvil y pese a ello el 70% de esta población cuanta con acceso a internet en el dispositivo. El uso del celular es el que más impacto y beneficio ha dado a los medios de comunicación ya que es a partir de este dispositivo que podemos compartir y enterarnos de la nueva información todo el tiempo, con el peligro de generar una adicción; el radio es un dispositivo que cuentan los participantes con un 83% es decir 25 personas al igual que el celular, la radio permite escuchar los comentarios de otras personas, lo cual puede permear en la significación personal y adoptar posturas, además que promociona estereotipos artísticos del ámbito musical; la Tablet es un dispositivo que no sobre sale tanto ya que solo el 53% la mitad de los participantes cuenta con este dispositivo que cumple las funciones similares a la computadora y el celular y finalmente la televisión con acceso a internet con un 63% es poseída

por 19 participantes. No es de sorprenderse que la mayoría de universitarios cuente con estos dispositivos a su disposición debido a las condiciones económicas de esta población, lo cual hubiera sido muy diferente al emplearse en una población rural o alejada de la urbanización.

La figura 1. Nos da una mejor percepción de los dispositivos que poseen los universitarios para poder acceder a los medios de comunicación y por ende estén en contacto con los medios de comunicación.

Dispositivo	Cantidad de la población
Televisión	28
Tablet	16
Celular	25
Televisión con internet	19
Radio	25
Computadora	29

Tabla 1. Dispositivos que poseen los universitarios

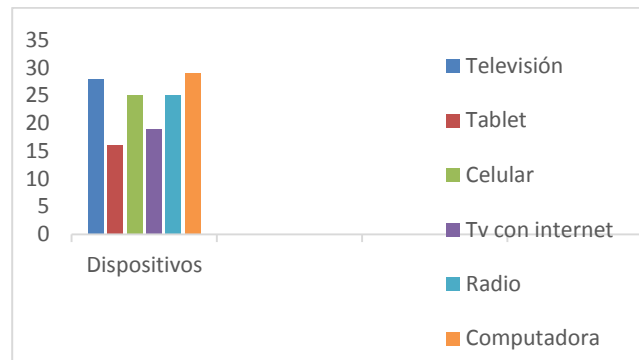


Figura 1. Dispositivos que poseen los universitarios

A partir del Cuestionario de Uso Problemático de Nuevas Tecnologías (UPNT). Podemos tener una aproximación de la frecuencia de uso del móvil, el internet, la televisión y los videojuegos. En la tabla 2, se nota con claridad que el uso del celular y el internet es diario, los universitarios permanecen activos en el uso de estos dispositivos todos los días a comparación del uso de la televisión que se utiliza una vez a la semana y los videojuegos que son menos concurridos por una vez al mes.

Dispositivo	Frecuencia de uso (media)
Celular	Todos los días
Internet	Todos los días
Televisión	1 vez por semana
Videojuegos	1 vez por mes

Tabla 2. Frecuencia de uso del dispositivo

Una vez que se conoce la frecuencia de uso de los dispositivos el mismo instrumento en la tabla 3 tenemos una aproximación al tiempo que es invertido en promedio por parte de los universitarios, destacando una gran cantidad en el uso del celular siendo excesivo a comparación del que se emplea en videojuegos. En promedio el celular por los participantes es utilizado por 4 horas, el uso de internet ya sea en celular y o computadora también es de 4 horas, por otra parte, el tiempo que se dedica a ver la televisión es de una hora cuando mucho y los videojuegos sólo media hora.

Dispositivo	Tiempo empleado al día (media)
Celular	4 horas
Internet	4 horas
Televisión	1 hora
Videojuegos	½ hora

Tabla 3. Tiempo que se emplea en cada dispositivo al día

Del mismo modo es de suma importancia conocer en qué sitios se emplea el uso de estos dispositivos, el instrumento nos da una breve apreciación destacando 3 lugares únicamente, estos pueden observarse en la figura 2. El hogar con 55% es el sitio en que se emplea el uso de dispositivos por parte de los participantes, seguido por la escuela con un 30% y finalmente la calle con el 15%. Solo se tomaron estos tres contextos debido a que son los más recurridos por universitarios y en los que se emplean cotidianamente

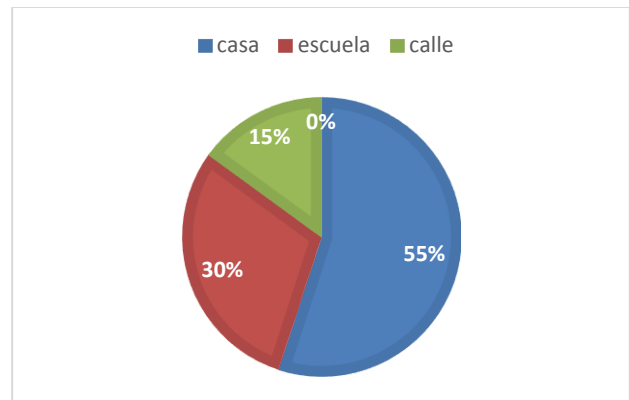


Figura 2. Lugares en los que se usan los dispositivos

Y finalmente a través del Cuestionario de Uso Problemático de Nuevas Tecnologías (UPNT) en la figura 3. Se encontró qué tipo de material o contenido es consumido por los estudiantes, destacando principalmente el académico con un 50% muy parejo con el contenido distractor para el ocio con un 42%, un 5% para compras electrónicas y sólo un 3% para un uso comunicativo. Como se revisó en la literatura el uso de estos dispositivos permite a los universitarios disponer de un elevado número de información y no es asombroso que lo que mayor se revise sean cuestiones académicas escolares y distractores. Simplemente se debe de saber administrar adecuadamente para no tener repercusiones. Lo cual debería estar a cargo de los tutores y propiamente de la persona ya adulta cuando es consciente de las responsabilidades y obligaciones con las que debe de cumplir en su vida cotidiana, es bueno tener tiempo para distraerse siempre y cuando nos desatiendan las actividades importantes.

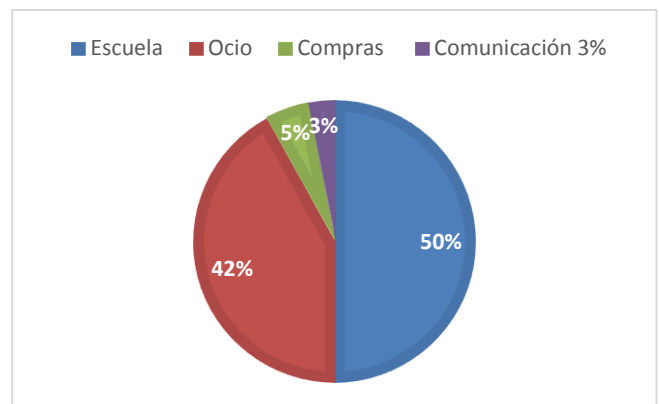


Figura 3. En qué se invierte el tiempo usando dispositivos móviles

Por su parte el Instrumento de estereotipos sociales nos da una aproximación respecto al acuerdo que se tiene o no, de diversos contenidos y situaciones que se ven inmersos dentro de los medios de comunicación. En la tabla 4. Se

encuentran las situaciones que concuerdan con el juicio y criterio de lo que es y tendría que emplearse en los medios de comunicación

Situación	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	Desacuerdo	Total desacuerdo
Tú persona ideal tiene que ser reflejada en algún personaje o artista			10%(3)	40%(12)	50%(15)
El aspecto físico de una persona se valora según las características anunciadas por los medios de comunicación	3%(1)	60%(18)	3%(1)	3%(1)	30%(9)
Los medios de comunicación deben promover drogas y contenido sexual	10%(3)	16%(5)	13%(4)	16%(5)	43%(13)
Las modas están determinadas por los medios de comunicación	36%(11)	46%(14)	6%(2)	10%(3)	
Los padres deben de ignorar el contenido que sus hijos ven a partir de los medios de comunicación	17%(5)	3%(1)	3%(3)	27%(8)	50%(15)
Los contenidos mostrados en los medios de comunicación contribuye al aumento de la violencia	20%(6)	40%(12)	27%(8)	10%(3)	3%(1)
Los medios de comunicación aportan nuevas formas para resolver un problema	10%(3)	28%(8)	50%(15)	6%(2)	6%(2)

Tabla 4. Opinión de los universitarios respecto a las deferentes situaciones que se presentan en los medios de comunicación

En la tabla anterior se muestran los resultados de los 30 participantes en cada una de las situaciones planteadas, la primer situación cuestiona, si su persona ideal tenía que ser reflejada en algún personaje o artista, a lo que el 50 % es decir la mitad de la población está en total desacuerdo de que su persona ideal tengo que ver o estar relacionado con un artista o un personaje, mientras que el 40% de la población esta desacuerdo y solo el 10% no está de acuerdo ni en desacuerdo; al cuestionar, si el aspecto físico de las personas se valora de acuerdo a las características que imponen los medios de comunicación el 30 % de la población menciona que está en total desacuerdo, ya que las personas no tienen que valorar su aspecto físico de las personas solo por lo que muestran los medios de comunicación, mientras que el 60% de la población está de acuerdo con esta perspectiva ,el 3% se encuentra en total acuerdo, así como 3 % en desacuerdo y 3 ni de acuerdo ni desacuerdo; en cuanto al contenido sexual y de drogas, el 43% de la población está en total desacuerdo en que los medios de comunicación deban promover dogas y contenido sexual, así mismo el 17% está en desacuerdo en esta postura, a diferencia del 13% que se mantiene en una postura neutral, el 17 % está de acuerdo en promoverlo y el 10% está en total acuerdo; Al cuestionar sobre ¿cómo las modas están determinadas por los medios de comunicación en la sociedad? el 10% menciona que no están de acuerdo en ello, el 7% está en postura neutral, a diferencia del 47% que está de acuerdo en que los medios de comunicación determinadas las modas al igual que el 37% que está en total acuerdo; en la tabla se muestra cómo el 50% de la población está en total desacuerdo de que los padres ignoren el contenido que ven sus hijos en los medios de comunicación, así como el 26.7 % está en desacuerdo, la neutralidad así como el acuerdo cuentan con el 3 % cada uno y por último el 17% de la población está en total acuerdo de que los padres deben de ignorar el contenido que sus hijos ven; en cuanto a la violencia mostrada en los medios de comunicación, el 3% de la población está en total

desacuerdo en que los contenidos mostrados contribuyan al aumento de la violencia , el 10% está en desacuerdo con dicha afirmación, 27% de la población está en una postura neutral , en contraste con el 40% que está a favor de que los medios de comunicación contribuyen mucho en el aumento de violencia de las personas y el 20% de los participantes están en total acuerdo y finalmente en los aportes de nuevas formas para solucionar los problemas los participantes consideran estar totalmente desacuerdo y desacuerdo ya que poseen un porcentaje de 7% cada uno respectivamente , el 50% es decir la mitad de la población mantiene una postura neutral , un 27% está de acuerdo y un 10% está en total acuerdo en que los medios de comunicación facilitan nuevas formas para resolver un problema.

Solución del caso

Proponemos que se eduque a los jóvenes y adolescentes desde una edad temprana respecto al uso adecuado de las tic y nuevas tecnologías, con ayuda de los profesores y padres de familia capacitados en cómo utilizar las nuevas tecnologías y su uso adecuado. Entre las cuales destacamos el internet a través de computadoras, celulares y tabletas, del mismo modo hablar sobre el contenido que puede encontrarse en la red, fomentando valores y un juicio crítico respecto a esa información ya que en muchas ocasiones los jóvenes toman la información sin juzgarla. Proponemos la realización de talleres de intervención titulada “El buen uso de las TIC”. En el cual incluiríamos temas relacionados con: 1) El uso adecuado de redes sociales, 2) El manejo de información personal en la red, 3) Administración del tiempo con tic, 4) Cómo darle un uso académico a las TIC, 5) Los riesgos que corren los jóvenes en la internet (ciberbullying) , 5) Identificar información verdadera y descartar la falsa. Cada sesión será vivencial con actividades dinámicas para que los participantes estén motivados para asistir y logren hacer conciencia sobre como utilizan las TIC .

Talleres para padres respecto al uso de las Tic y la supervisión de sus hijos. Del mismo modo que los jóvenes, se hará un taller vivencia centrado en los siguientes temas. 1) Analizar el contenido de los programas que sus hijos y ellos mismo ven; 2) Dialogar con los hijos sobre los programas, centrándose en el contenido inadecuado, 3) Planeación de horarios y acuerdos para el uso de las Tic, 4) Formación de un juicio crítico al material que circula por los medios de comunicación a partir de la trasmisión de valores.

Además de no solo quedarse con los resultados a nivel cuantitativo, se propone indagar a nivel cualitativo para conocer las razones y el porqué de la selección de estas respuestas mediante entrevistas y discusiones donde se conozca personalmente el significado que tiene cada participante acerca de los medios de comunicación.

Aportaciones

Las aportaciones que darán estas propuestas de prevención las veremos desde un punto de vista de las variables que intervienen en el problema y no han sido atendidas, ya que la mayoría de los niños desde pequeños se van incursionando en las nuevas y no existe un regulación tanto del tiempo, calidad de programas y acompañamiento de los padres para tener un buen conocimiento de los temas vistos. Por lo que nosotros al plantear talleres tanto a padres como alumnos, se abrirá camino a que exista una mayor concientización de los temas abordados.

Los alumnos al tener conocimiento desde edades tempranas acerca del uso adecuado de redes sociales poseerán un juicio crítico respecto al contenido de internet y evitara el cyberbullying, manejo de información, administración de tiempo. Todo esto con la ayuda de actividades dinámicas en donde ellos puedan interactuar y ver lo bueno que es aprender y ser consiente de todo esto.

Al mismo tiempo los talleres a los padres enseñaran la importancia de que ellos deben acompañar al niño en los programas de televisión o películas, para que al terminar dicha programación hablen acerca de los pros y los contras que se muestran, así mismo les enseñen a crear un criterio sobre lo inadecuado y distinguir los estereotipos sociales. De igual modo aprovechar los contenidos para educar y lograr una buena educación.

Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos, podemos decir que nuestra hipótesis si se cumple ya que los universitarios identifican cuales son los contenidos aceptables de los medios de comunicación, así como aprender a distinguir entre las modas que la tecnología nos impone. Se encontró una relación en la percepción que se tienen del material transmitido por los medios de comunicación en que su persona ideal sea reflejada en algún artista o personaje; así mismo como los estereotipos físicos de cómo deberían ser las personas si tienen un impacto en como valoramos a las acuerdo a la imagen que estos nos proporcionan dando origen a las famosas "modas" que dan pauta a la exclusión social esto concuerda con lo que menciona Ruiz (2014) el cual enfatiza que los medios de comunicación hipersexualizan a las niñas desde pequeñas para crear a niñas sumisas, dependientes, susceptibles y con la necesidad de ser amadas ser las princesas rosas y a los niños ser el hombre de acción, haciendo que las niñas entren en ciertos estereotipos y el cómo los medios de comunicación reproducen aquello que la sociedad espera de hombre y mujeres y entrar a una exclusión social si no entran en estos parámetros.

Así mismo se encontró que la población tienen un celular el cual lo usan como una exención suya a partir de ocio, escuela, momentos creativos así como transportarlo a todos lados tal como lo dice Gitte (2008) el cual menciona que la identidad de los jóvenes está influenciada por los

medios de comunicación y como el celular facilita este proceso, esto debido a que hoy en día los celulares pueden ser transportados a cualquier lugar convirtiéndolo en una extensión del joven, por lo tanto el móvil es el instrumento personal predominante para la coordinación de la vida cotidiana sobre relaciones sociales siendo el mediador de la identidad de los jóvenes al mostrarle diferente información algo muy importante que arroja nuestra investigación es el total desacuerdo que se tiene a la transmisión de material sexual y de drogas por parte de los medios de comunicación ya sea de forma explícita e implícita permitiendo así que se pueda aprender respecto a estos temas, sin embargo no siempre es juzgada por todos los que ven el mensaje, tal como lo dicen Stefanone y Dereck (2009), en el cual su objetivo fue explorar la relación de los reality shows y el comportamiento social, la relación entre el contenido de los medios de comunicación y las actitudes culturales, La Teoría Social utiliza el término modelamiento para caracterizar el proceso mediante el cual un individuo observa a los demás, interpreta el comportamiento observado y ajusta su propio comportamiento en respuesta por lo que si las personas no tiene un buen juicio acerca de estos temas irán imitando lo que ven en los programas o reality shows.

En cuanto a las limitaciones que encontramos a nuestra propuesta es que los jóvenes lleguen a entender cuál es la importancia de esta información y aplicarla a su vida, ya que muchos puede que no lo tomen con la relevancia que en necesaria así como la participación de los padres para ayudar a sus hijos con esta información.

En cuanto a los beneficios que tendría esta propuesta es que los jóvenes aprendan a tener un mayor conocimiento sobre los contenidos que ven y suben a internet, la inculcación de valores en la práctica de programas televisivos y crearles un juicio crítico ya que esto les ayudara para fomentar herramientas que les podrán servir a lo largo de su vida tanto profesional como personal, el hecho de que los padres estén con sus hijo viendo programas y aprendiendo mutuamente hará que tengan una mejor comunicación en el ámbito familiar.

4. CONCLUSIÓN

En la actualidad el abuso de dispositivos con acceso a internet principalmente del celular y computadoras ha traído beneficios, pero también grandes consecuencias negativas, esto es debido a que no se tiene una educación respecto al uso adecuado y un juicio crítico del contenido que se puede encontrar en la red. Es de suma importancia comenzar a concientizar a todas las personas ya que en pleno siglo xxi el uso de las tecnologías es un requisito para la nueva vida, proponiendo así una cibereducación que sea transmitida desde edades muy tempranas, esto con el fin de que desde edad temprana se tengan habilidades para darle un mejor uso a las TIC y la información en

internet sea de buena calidad, del mismo modo es de suma importancia que constantemente los padres estén al pendiente del contenido que sus hijos están viendo, o de ser posible las autoridades correspondientes realicen una revisión del contenido para eliminar aquello que distorsione la realidad en las personas.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gitte, S.(2008) "Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media." Youth, Identity, and Digital Media, IT University of Copenhagen, Department of Innovative Communication , 143–164.
- Perales, A. & Perez, C.(2007)Aprender la identidad ¿Qué programas ven los menores en la T.V? Revista científica de educocomunicación .(Pp.299-304)
- Rajeev, M. (2015).Effects of social media on social relationships: A desciprive study on the impact of mobile phones among youth population. International research journal of social sciences. Vol.4(2),11-16.
- Ruiz, M. A.(2014) Implicaciones del Uso de las Redes Sociales en el Aumento de la Violencia de Género en Adolescentes, Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile, 124-141.
- Stefanone, M., Derek, L., Devan,. Rose. (2010). The Relationship between Traditional Mass Media and "Social Media": Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior. Journal of Broadcasting & Electronic Media 54(3) pp. 508–525.
- Stefanone, M. & Lackaff, D. (2009), Reality Television as a Model for Online Behavior: Blogging, Photo, and Video Sharing. Journal of Computer-Mediated Communication, 14: 964–987.
- Sandoval, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *Universitas Psychologica*, 5. 205-222.
- Vevere. V. (2015).Impact of social media on interpersonal communication patterns:Socialiniu mokslu studijos societal studies.7(1),p.124-138.