



ANÁLISIS DEL IMPACTO DE UNA HERRAMIENTA DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CD. JIMÉNEZ

ALBA JYASSU OGAZ VASQUEZ / JAVIER MONTOYA PONCE / BERTHA IVONNE SÁNCHEZ LUJÁN

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CD. JIMÉNEZ

ogazalba@gmail.com

jmontoyaponce@yahoo.com.mx

ivonnesanchez10@yahoo.com

RESUMEN

El presente estudio planteó como objetivo principal medir el impacto de la mensajería instantánea en el proceso de comunicación oficial del Instituto Tecnológico de Cd. Jiménez (ITCdJ). Esta investigación es de corte cuantitativo, el diseño utilizado es el transaccional correlacional por la naturaleza del estudio en relación a la actualidad en el uso de mensajería instantánea. Y utiliza como instrumento de medición un cuestionario, el cual fue aplicado a dos muestras, una enfocada a los estudiantes y la otra al personal de la institución. Los principales resultados obtenidos mediante el análisis pertinente a la metodología fueron: se detecta una necesidad de incrementar la cobertura de la información en el proceso de comunicación actual del ITCdJ así lo expresaron tanto los estudiantes como el personal. Ambas muestras expresan contar con servicio de mensajería instantánea, y además que les agradaría que los avisos y/o publicaciones se les hiciera llegar por estos medios, en forma adicional a los actuales, de igual manera la mayoría de los encuestados cuentan con un correo electrónico sólo se detecta una diferencia en la frecuencia de uso de este servicio en relación a la opinión de los estudiantes con el del personal, los primeros no lo checan a diario mientras el segundo grupo si lo hace, por tanto se procederá a implementar, a forma de estrategia, los envíos de información por los medios electrónicos citados y posteriormente corroborar los resultados de la encuesta al medir el impacto de la mensajería instantánea en el proceso de comunicación del ITCdJ.

Palabras clave: Comunicación, Desarrollo tecnológico, Redes de información, Tecnologías de la información y de la comunicación.





INTRODUCCIÓN

La comunicación dentro de las instituciones es un proceso básico para el éxito de la misma, es común utilizar los medios impresos para realizar las publicaciones y/o anuncios al interior de las escuelas, sin embargo, en la actualidad las aulas de las instituciones del nivel superior están, prácticamente, llenas de nativos digitales quienes, como parte de su naturaleza, tienen habilidades en el manejo de tecnologías de información y comunicación, los docentes y el personal administrativo, por su parte, deben estar a la par en el avance de los estudiantes, si bien se consideran inmigrantes digitales se cuenta con la ventaja de hacer las distintas actividades con un mayor consciencia y análisis.

En general la literatura hace referencia a los recursos tecnológicos con los que se cuenta en México, las nuevas oportunidades para la distribución de contenidos, el enfoque social de la tecnología y las ventajas que de éstas se pueden generar.

El siguiente reporte es producto del trabajo de investigación realizado durante los meses de enero a mayo de 2015, como parte de la solución de la problemática detectada en la cobertura de la información en el proceso de comunicación en el ITCdJ, y las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para mejorar y acelerar la comunicación, aun conservando la formalidad que en ocasiones las instituciones solicitan. A continuación se detalla el planteamiento del problema.

Objetivo General

Analizar el impacto de una herramienta de mensajería instantánea en el proceso de comunicación en el ITCdJ

Objetivos específicos

Identificar la cantidad de usuarios y la frecuencia de uso de la mensajería instantánea en el proceso de comunicación del ITCdJ

Implementar una estrategia que permita medir el impacto de la mensajería instantánea en el proceso de comunicación del ITCdJ





¿El uso de una herramienta de mensajería instantánea en el proceso de comunicación en el ITCdJ tendrá impacto en la comunidad tecnológica?

¿Los miembros de la comunidad tecnológica utilizarán la mensajería instantánea como medio de comunicación en el ITCdJ?

¿Qué estrategia permitirá medir el impacto del uso de la mensajería instantánea, en relación a cantidad de usuarios y frecuencia de uso?

JUSTIFICACIÓN

La educación superior se enfrenta a aulas de nativos digitales que utilizan TIC en sus tareas diarias, para comunicarse, estudiar, convivir, entre otras actividades; Los usuarios de internet año con año se incrementan y aun cuando la laptop y la PC siguen siendo los principales dispositivos de conexión, cinco de cada diez internautas se conectan mediante los Smartphones. Un dato importante que marca la pauta para avanzar hacia el uso de tecnologías de información y comunicación dentro de las instituciones educativas para comunicar es: de acuerdo al estudio de los hábitos del internauta en 2014, nueve de cada diez internautas acceden a una red social, la red de referencia en nuestro país sigue siendo Facebook (Menéndez & Enríquez, 2014). El proceso de comunicación oficial en el ITCdJ actualmente usa los medios impresos para dar a conocer los avisos a la comunidad tecnológica, el presente estudio pretende analizar el impacto al implementar una estrategia del uso de la mensajería instantánea en el citado proceso.

La finalidad de este reporte es mostrar los resultados acerca de las bondades que proveen las nuevas tecnologías de comunicación y que además son de amplio uso, como el servicio de mensajería instantánea y la forma de aprovecharlas en procesos formales de la institución educativa como lo es el comunicar.





MARCO TEÓRICO

LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS EN MÉXICO.

Es indudable que en la actualidad se vive en un mundo donde la información fluye en forma acelerada rompiendo barreras de espacio y de tiempo, el uso de los dispositivos móviles se ha difundido ampliamente, es común encontrar jóvenes, adultos e incluso niños haciendo uso de éstos en todos los lugares, en México desde hace cuatro años 84.2 de cada 100 habitantes contaban con un teléfono móvil (COFETEL, 2012); En el estado de Chihuahua en 2014 de acuerdo al Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares del INEGI el 50.1% de la población son usuarios de las tecnologías de información. La búsqueda de información, la consulta del correo electrónico, el amplio uso de la mensajería instantánea, los juegos interactivos, las compras e incluso el trabajo son actividades que se pueden realizar desde el teléfono inteligente, con la ventaja de la ubicuidad que significa estar conectado en desde cualquier lugar. (Google TM, 2013). El amplio uso de internet y la facilidad de conectarse en forma gratuita en diferentes lugares como escuelas, plazas, centros comerciales, entre otros lugares fomenta el uso de los teléfonos inteligentes, en 2014 cinco de cada diez internautas se conecta a internet a través de su Smartphone (AMIPCI Asociación Mexicana de Internet, 2014). Un dato que llama la atención es que durante año pasado el acceso a las redes sociales superó a la búsqueda de información y que el rango de edades de la mayoría de los internautas esta entre los trece y dieciocho años, seguidos por el rango de veinticinco a treintaicuatro años (Menéndez & Enríquez, 2014) lo cual indica que los nativos digitales, quienes son miembros de una generación que ha nacido y crecido en el contexto de una sociedad marcada por el amplio uso diario de las nuevas tecnologías, son quienes basan la mayor parte de su comunicación en redes sociales y mensajería instantánea. (Salinas & Viticcioni, 2008).

NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS.

Los medios impresos actualmente cuentan con una amplia distribución, un dato que merece la atención es precisamente ver en los anuncios la dirección del sitio web de la organización anunciante, recientemente se incluyen también los códigos QR, los cuales están siendo utilizados como accesos rápidos a páginas web desde su URL (Denso Wave Incorporated) La





lectura del código QR se puede realizar desde cualquier dispositivo móvil que permita la captura de la imagen y con la ayuda de un software lector de códigos QR dará un acceso inmediato a mayores y mejores contenidos sin estar limitados al espacio y altos costos de la tinta y el papel, por tanto podrán convertirse en la revolución del marketing móvil (Huidobro, 2009). Por otro lado, la mensajería instantánea WhatsApp ha incorporado como estrategia de seguridad y privacidad la generación de códigos QR, como un modo de hacer contacto directo con los usuarios sin hacer público el número telefónico a desconocidos (QR Question) siendo esto una gran oportunidad para las empresas, instituciones y organizaciones para hacer llegar información de interés a sus clientes. Por su parte el correo electrónico desde su creación en 1969 (Laborda, 2010) ha permitido agilizar la comunicación y obtener una inmediatez que hace unos años parecía imposible (López De La Madrid, 1997), además se considera un canal de comunicación de gran influencia que permite compartir información específica, rica en contenidos y con la ventaja de enviar gran cantidad de correos electrónicos personalizados en cuestión de segundos y con la posibilidad de expresarse con cortesía.

EL ENFOQUE SOCIAL DE LAS TECNOLOGÍAS.

La evolución y el éxito de las tecnologías de información y comunicación no se debe únicamente al avance tecnológico como tal, sino en el enfoque social con el que se están usando, es decir, el éxito de la red social más famosa Facebook no se basa en los recursos tecnológicos con los que funciona, es por la facilidad que tienen los usuarios de acceder a información que les interesa, comunicarse con sus amistades y expresar lo que piensan y hacen, todo esto en forma gratuita, por su parte el servicio de la aplicación WhatsApp no se utiliza porque sea una completa innovación es por la facilidad con la que se comparten mayores contenidos que sólo texto, como la multimedia, en cuestión de segundos y sin costo. Las personas disfrutan de hacer y tener más cosas en forma sencilla, rápida y al menor costo. (Cebrián, 2014)

NATIVOS DIGITALES E INMIGRANTES DIGITALES

La educación superior en la actualidad tiene en sus aulas a nativos digitales, son usuarios permanentes de las tecnologías con una gran habilidad para el manejo de los dispositivos tecnológicos, cualquier actividad que realizan dan por hecho el uso de alguna tecnología, satisfacen sus necesidades de comunicación, información, entretenimiento e incluso educación. (García, Portillo, Romo, & Benito, 2007) Los nativos digitales se consideran son las personas menores a los treinta años, por otro lado los inmigrantes digitales son las personas que no nacieron inmersas en los ambientes tecnológicos pero que han aprendido de éstos, son más reflexivos y conscientes del uso de la tecnología, los docentes deben aprender a utilizar la





tecnología como parte de la formación de sus estudiantes, estar en contra sería ir en contra de la naturaleza de los alumnos nativos digitales.

ALCANCES

El alcance es correlacional de acuerdo al análisis del impacto de la variable independiente El uso de la mensajería instantánea sobre la variable dependiente Impacto en el proceso de comunicación oficial del ITCdJ

HIPÓTESIS

Hi: El uso de la mensajería instantánea traerá un impacto en el proceso de comunicación en el ITCdJ.

Ho: El uso de la mensajería instantánea no traerá un impacto en el proceso de comunicación en el ITCdJ.

METODOLOGÍA

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente estudio se llevó a cabo en el ITCdJ, durante los meses de enero – mayo de 2015.

UNIVERSO Y MUESTRA.

Los participantes fueron tanto los estudiantes como el personal del ITCdJ, siendo un total de 690 estudiantes, se incluyen las modalidades presencial y a distancia. Así como a 104 miembros del personal que incluye las áreas docente, administrativo y de apoyo a la educación.

La muestra es probabilística por estratos ya que todos los miembros de la población tuvieron la misma posibilidad de ser elegidos, se contó con dos listados, uno de los 690 estudiantes y otra de los 104 miembros del personal. Con la ayuda del programa STATS se realizó el cálculo de ambas muestras con un 95% de confianza, un 5% de margen de error. Siendo los resultados de los cálculos de las muestras 245 estudiantes y 82 miembros del personal.





INSTRUMENTO.

El instrumento de recolección de datos fue una encuesta que consta de 10 ítems relacionados con las variables de las hipótesis declaradas en la presente investigación. Así mismo para lograr la validez del instrumento, antes de su aplicación, se solicitó a dos Maestros investigadores pertenecientes al Instituto que respondieran el cuestionario para que dieran sus recomendaciones en cuestiones de redacción y coherencia. Además se solicitó a un grupo de diez estudiantes que respondieran la encuesta.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño pertinente para esta investigación es transeccional correlacional ya que se analiza el impacto de la mensajería instantánea en el proceso de comunicación del ITCdJ durante el periodo enero mayo 2015 y correlaciona las variables: el impacto de la mensajería instantánea en el proceso de comunicación del ITCdJ.

PROCEDIMIENTO

Se llevó a cabo la aplicación del cuestionario con un procedimiento de selección de la muestra al azar basada en los listados que tuvieron a bien proporcionar los departamentos de división de estudios profesionales y de recursos humanos con los nombres del total de estudiantes y del personal. La aplicación se realizó dentro de las aulas de clase así como en las diferentes áreas de trabajo del personal. Algunos de los problemas que se presentaron fue que en ocasiones los encuestados se encontraban ocupados y se tuvo que regresar a distintas horas.

Una vez obtenidos los datos se procedió a realizar la captura de éstos mediante el programa SPSS Statistics versión 22, en donde, posterior a la captura, se realizó los análisis descriptivos de los datos.

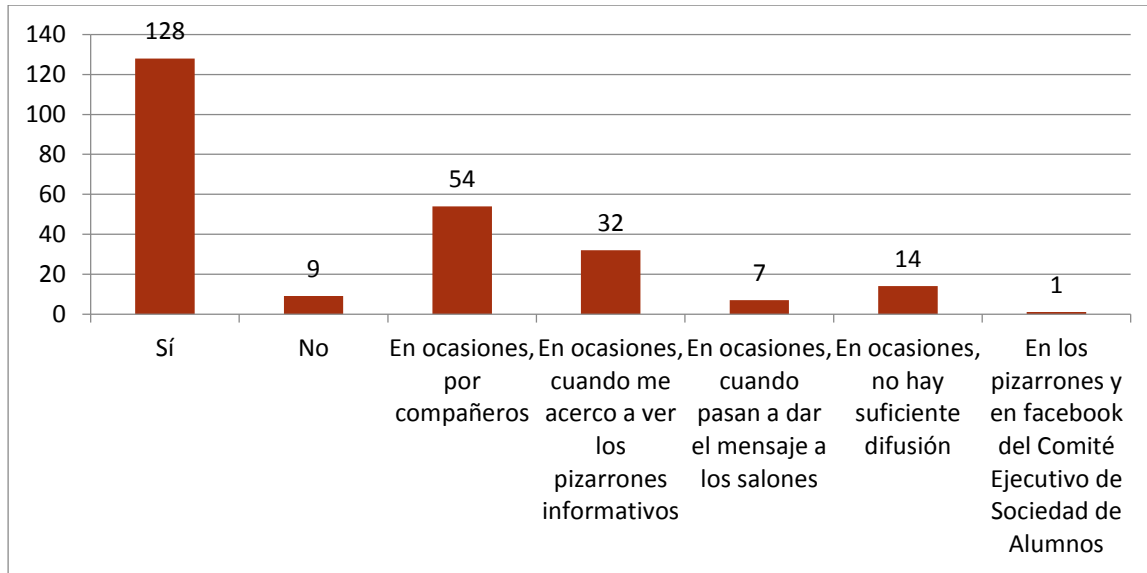
RESULTADOS

En relación a los resultados de la muestra de los 250 estudiantes encuestados se determinó lo siguiente: El 52.24% de los estudiantes se enteran de las publicaciones y/o avisos en el proceso de comunicación en el ITCdJ, mientras que sólo el 3.67% expreso que no, y el resto que ocasiones (Ver figura 1). Del 96.3% que expresaron enterarse siempre y en ocasiones acerca de publicaciones dijeron, con el porcentaje más alto que de aquí se obtuvo (49.56%), se enteraban por comentarios de compañeros seguidos por los anuncios impresos con un 41.10%.





Figura 1. Gráfica con las frecuencias de estudiantes que se enteran de eventos y publicaciones en el proceso de comunicación oficial del ITCdJ.

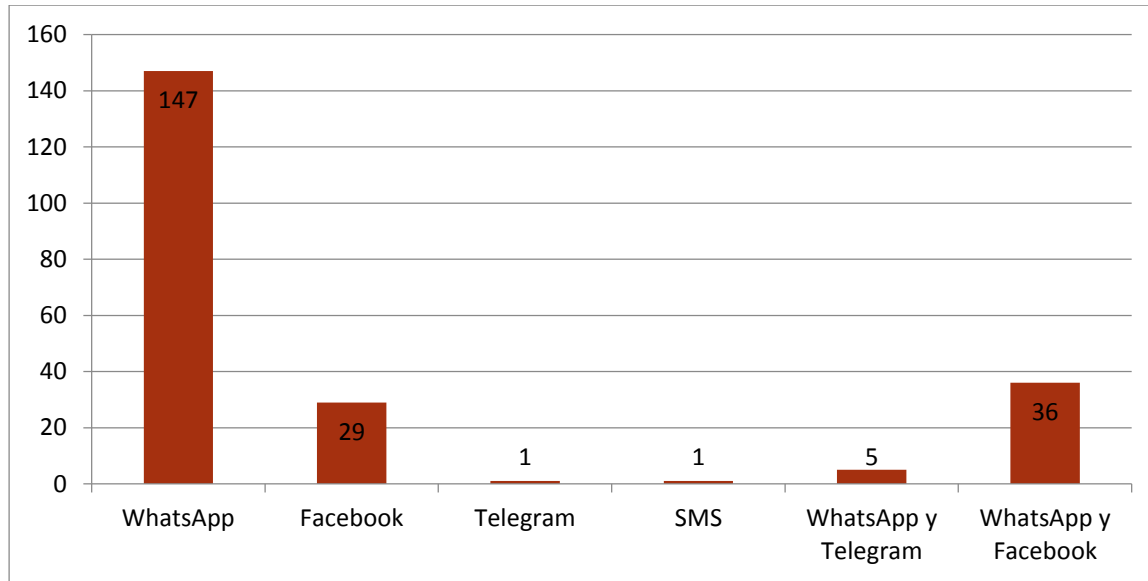


Los estudiantes encuestados respondieron en su mayoría, con un 89.4%, ser usuarios de algún servicio de mensajería instantánea, el servicio preferido es WhatsApp (Ver figura 2) y lo usan, la mayoría, diariamente. Además compartieron sus números de teléfono para ser parte de este servicio que el ITCdJ puede aportar, como estrategia adicional, a la difusión impresa.





Figura 2. Gráfico con las frecuencias de servicios de mensajería instantánea usados por estudiantes del ITCdJ.

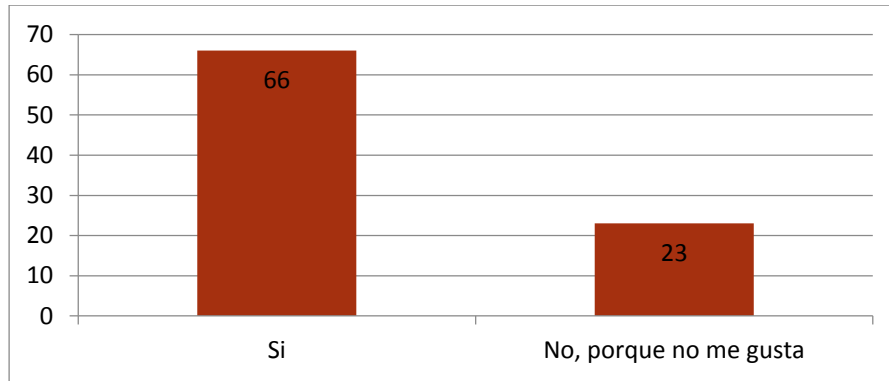


Se les cuestionó también acerca del uso del correo electrónico a lo cual el 94.29% de los encuestados expresaron contar con este servicio, pero la mayoría de ellos lo ve sólo una vez por semana (Ver figura 3). La ventaja es que aun cuando la mayoría de los alumnos no ven su correo electrónico a diario, los Smartphone permiten configurarse para recibir los nuevos correos al conectarse a internet, a lo cual cuando expresaron el 55.84% ya contaban con este servicio y sólo el 23% de quienes no lo tienen no lo configurarían por no sentir agrado por este servicio de comunicación.





Figura 3. Gráfico con las frecuencias de estudiantes que configurarían su correo electrónico en su dispositivo móvil.



En relación a los resultados obtenidos de la muestra del personal se generó la siguiente información: Del total de los 35 encuestados el 48.6% declara enterarse de los eventos y publicaciones oficiales, el 47.5% sólo en ocasiones por diversos motivos (Ver figura 4), el 5.7% contestó que no se enteran. El personal se entera la mayor parte de las veces por medios impresos publicados en los pizarrones informativos, seguido por los comentarios de los compañeros.

Cuando se les cuestionó acerca del uso de la mensajería instantánea el 80% expresa ser usuarios de este servicio y la mayoría específicamente de WhatsApp además dicen utilizar este servicio a diario (Ver figura 5).





FIGURA 4. GRÁFICO CON LAS FRECUENCIAS DE PERSONAL QUE SE ENTERAN DE EVENTOS Y PUBLICACIONES EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN OFICIAL DEL ITCdJ

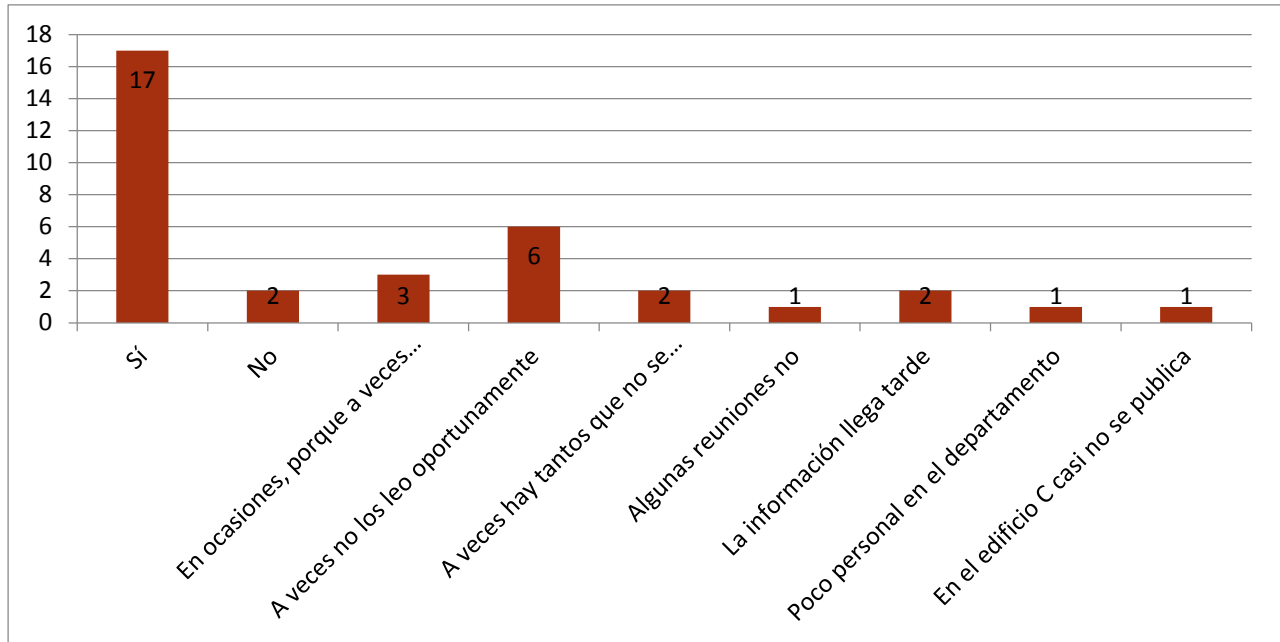
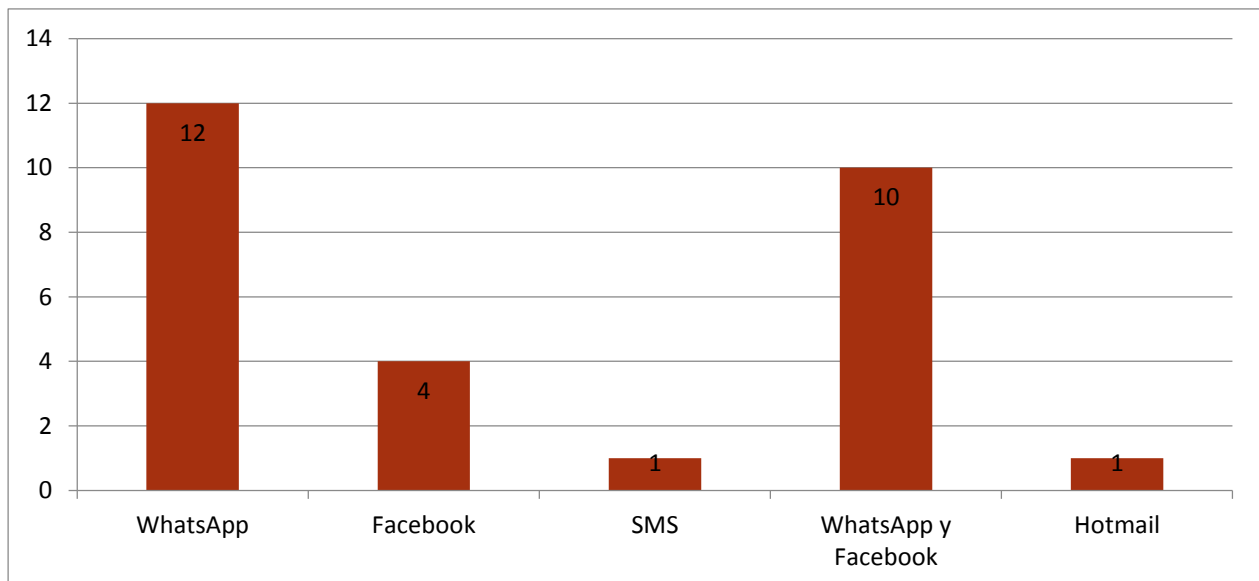


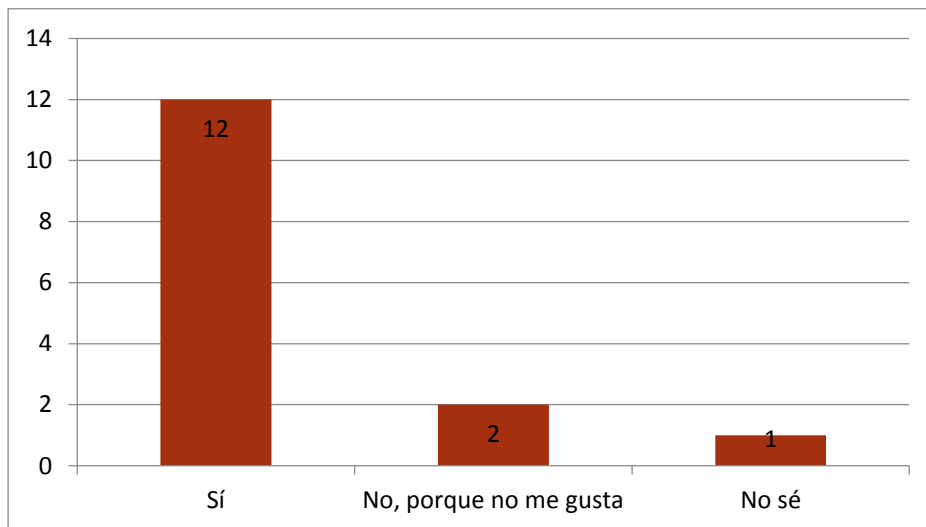
FIGURA 5. GRÁFICO CON LOS PORCENTAJES DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA USADOS POR PERSONAL DEL ITCdJ





AL ABORDAR LOS ÍTEMS RELACIONADOS CON EL USO DEL CORREO ELECTRÓNICO, EL 100% DECLARA CONTAR CON EL CITADO SERVICIO Y LA MAYORÍA DEL PERSONAL, EL 80%, LO VISITA A DIARIO. EL 54.3% DEL PERSONAL ENCUESTADO TIENE CONFIGURADO EL SERVICIO DE CORREO ELECTRÓNICO EN SU DISPOSITIVO MÓVIL Y EL 34.3% DICE QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A CONFIGURAR SU MÓVIL PARA RECIBIR LA INFORMACIÓN ACERCA DE LAS PUBLICACIONES OFICIALES EMITIDAS EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DEL ITCDJ Y SÓLO EL 8.6% DICE QUE NO LO HARÍA POR LA RAZÓN QUE NO LES AGRADA ESTE SERVICIO EN EL MÓVIL (VER FIGURA 6).

FIGURA 6. GRÁFICO CON LAS FRECUENCIAS DE PERSONAL QUE CONFIGURARÍAN SU CORREO ELECTRÓNICO EN SU DISPOSITIVO MÓVIL.



CONCLUSIONES

LA COBERTURA ACTUAL DE INFORMACIÓN ACERCA DE LOS AVISOS Y/O PUBLICACIONES DENTRO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN OFICIAL EN EL ITCDJ NO ES SUFICIENTE, LAS OPORTUNIDADES DE AMPLIAR LA COBERTURA MEDIANTE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA ES FACTIBLE EN RELACIÓN AL USO QUE HACEN DE ESTA HERRAMIENTA TANTO LOS ESTUDIANTES COMO EL PERSONAL, UN DATO





IMPORTANTE ES QUE EL PERSONAL HACE MAYOR USO DEL CORREO ELECTRÓNICO Y PROPORCIONA MAYORMENTE ÉSTE DATO QUE SUS NÚMEROS DE TELÉFONO POR CUESTIONES DE PRIVACIDAD, SEGÚN DECLARARON EN EL RUBRO DE SOLICITUD DE LA CITADA INFORMACIÓN, EL CUAL SE ENCUENTRA AL FINAL DE LA ENCUESTA, LOS ESTUDIANTES POR EL CONTRARIO PREFIEREN EL USO DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA PARA QUE SE LES HAGA LLEGAR INFORMACIÓN NECESARIA E IMPORTANTE PARA ELLOS.





BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- AMIPCI Asociación Mexicana de Internet. (2014). AMIPCI. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf
- Cebrián, A. (2014). La integración real de la tecnología en la estrategia de comunicación. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº8. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 221-224.
- COFETEL. (22 de 10 de 2012).
- Denso Wave Incorporated. (s.f.). QR Code.com. Recuperado el 22 de 02 de 2015, de <http://www.qrcode.com/en/history/>
- García, F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. SPDECE.
- Google TM. (05 de 2013). Our Mobile Planet: Cómo comprender a los usuarios. Recuperado el 2015 de 03 de 13, de <http://services.google.com/fh/files/misc/omp-2013-mx-local.pdf>
- Huidobro, J. (2009). Código QR. *Revista Bit Digital*, 47-49.
- Laborda, X. (2010). Estilo y cortesía en el correo electrónico. *Tonos Digital*.
- López De La Madrid, M. C. (1997). Uso de las TIC en la educación superior de México. Un estudio de caso. *Revista de medios y educación*, 6.
- Menéndez, P., & Enríquez, E. (2014). Asociación Mexicana de Internet. Recuperado el 02 de 02 de 2015, de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf
- QR Question. (s.f.). QRQuestion. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de <http://www.qrquestion.info/qrwhatsapp/>





Salinas, M. I., & Viticcioni, S. M. (2008). Catalogación Innovar con blogs en la enseñanza universitaria presencial. EDUTECH, Revista Electrónica de Tecnología Educativa.

