

Actitudes de los estudiantes de la UADCZ hacia los posgrados vía Internet

Nadia Gabriela Garibay Rendón.

Universidad Autónoma de Durango campus Zacatecas.

Correo electrónico: nagaren@yahoo.com

Resumen

El objetivo de este texto es dar a conocer la actitud que presentó un grupo de 285 estudiantes universitarios de diversas carreras, hacia los posgrados vía Internet. Los datos provienen de una medición de la actitud a través de cuestionarios escritos donde los participantes daban informes sobre sí mismos de creencias, sentimientos y conductas hacia los posgrados vía Internet. Para el diseño del instrumento se utilizó la escala de Likert y preguntas cerradas. Los resultados son interesantes ya que reflejan el desconocimiento real que tienen los universitarios hacia los posgrados y sobre todo hacia la educación on line, a pesar de que están muy familiarizados con la Internet. Los resultados de este análisis demuestran que la desinformación acerca de esta modalidad educativa limita el potencial educativo del medio. Se espera que lo detectado tras esta experiencia inspire a las universidades a informar sobre el e-learning y contribuya a estimular la generación de una cultura de la educación vía Internet.

Palabras clave: Actitud, Educación vía Internet, Desinformación.

El objetivo de esta investigación fue identificar las actitudes de los estudiantes de nivel superior de la UADCZ, hacia la educación vía Internet a nivel postgrado.

Según Conn (2001), la actitud es una mezcla de creencia y emoción que predispone a una persona a responder ante cierto estímulo –llámese personas, objetos o instituciones- en una forma positiva o negativa.

Gran parte de las definiciones de actitud consideran en mayor o menor medida, tres componentes fundamentales: uno cognoscitivo, otro afectivo y otro conductual.

Así, este modelo conocido como Tridimensional, que fue desarrollado por Hovland y Rosenberg en 1960 (como aparece en Marín, 1990), y es en el que se sustenta esta investigación, propone que la mejor manera de integrar las diferentes ideas acerca de una actitud es establecer la relación entre el objeto de actitud y la reacción ante dicho objeto.

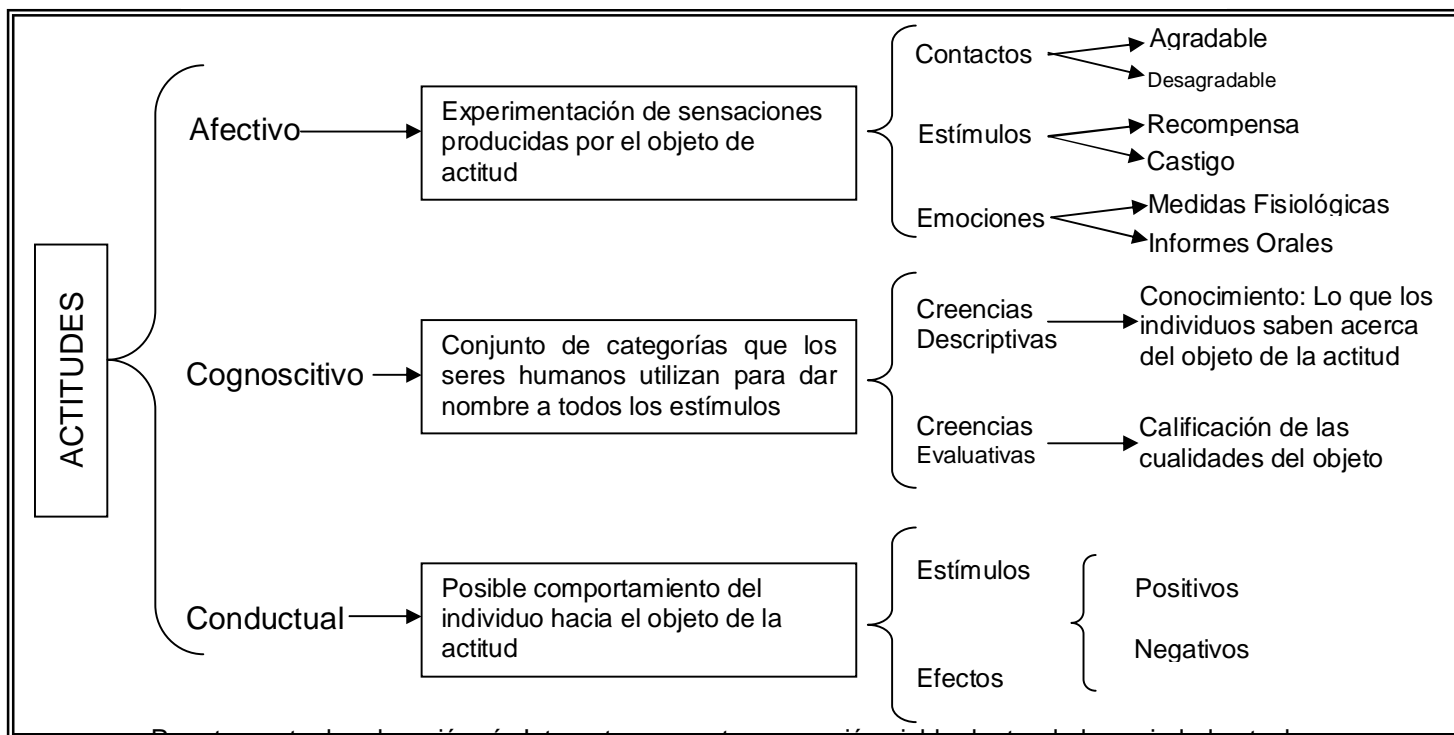
Dentro del componente cognoscitivo, relacionado con todas las creencias y la información que tiene el individuo acerca del objeto, se encuentran las creencias descriptivas, que es la información que tiene el sujeto sobre el objeto de estudio en cuestión; y las creencias evaluativas,

que hacen referencia a las cualidades deseables o indeseables sobre dicho objeto (Gutiérrez Marfileño, 1998).

El componente afectivo, considerado por algunos autores como el de mayor importancia en una actitud (Marín, 1990), son las sensaciones que experimenta el sujeto ante el objeto.

Mientras que el componente conductual incluye el acto o la conducta que se dedicará al objeto de actitud (Ver figura 1).

Figura 5. Esquema de los componentes de la actitud y sus descripciones



Por otra parte, la educación vía Internet representa una opción viable dentro de la sociedad actual, que se caracteriza por convivir con las nuevas tecnologías y que ve en éstas una alternativa que pueden contribuir al desarrollo del hombre en muchos aspectos, entre ellos la educación.

Es así que se plantea una forma de educar por parte de las universidades, que se vale de la computación y las telecomunicaciones para ofrecer un contenido educativo especializado en cierta materia, al cual puede acceder cualquier persona a través de una computadora conectada a Internet, ubicada en cualquier lugar del mundo y en el horario de su preferencia.

Tal como lo menciona Islas y Gutiérrez (2001), en la actualidad los más activos usuarios de Internet en México son precisamente los estudiantes universitarios, por eso esta investigación se centra en ellos y en identificar si se tiene una actitud positiva o negativa hacia los postgrados vía Internet, ya que serán éstos quienes decidirán tomar o no esta oferta educativa.

Cabe señalar, que esta investigación está relacionada con la psicología social en cuanto al estudio de la actitud, además en el campo de la comunicación, ya que hace referencia al papel que

juega la Internet como medio educativo y también dentro del área educativa, ya que está relacionada con esta modalidad de enseñanza-aprendizaje.

Aunque es poca la investigación realizada acerca del e-learning, existen algunos estudios que hablan sobre el interés que existe hacia la educación on-line. De acuerdo con un artículo escrito por Nicolás Hellers (2002), La Universidad Nacional de Tres de Febrero de Argentina, encuestó a 1,253 usuarios de Internet, profesionales y universitarios, mientras que la del Centro de Investigaciones en Estadística aplicada de Argentina (2003), contó con 1006 participantes, utilizando encuestas cerradas, vía telefónica e Internet, y concluyendo ambas en que la mayoría de los encuestados tienen mucho interés en capacitarse por este medio.

En cuanto a las investigaciones sobre actitudes, destacan una realizada en México por Gutiérrez Marfileño (1998), donde se aplicó un cuestionario diseñado para medir la actitud a través del Modelo Tridimensional, con 407 participantes. Otra investigación es la realizada por DeFleur (2002), donde se aplicaron 1259 cuestionarios a preparatorianos en 12 países. Ambas investigaciones utilizan escalas Likert de medición y fueron cuantitativas.

De acuerdo con la información recopilada, las conclusiones y resultados de investigaciones previas acerca del tema; el conocimiento empírico del aumento de usuarios del Internet, al auge de las tecnologías de la información y comunicación en la educación; se plantea la siguiente hipótesis descriptiva univariada:

H. La actitud de los estudiantes de la UADCZ hacia los postgrados vía Internet es favorable.

Método

Esta investigación se realizó entre noviembre y diciembre de 2004, mediante una encuesta aplicada a 285 alumnos, muestra representativa (+/- 5 por ciento de margen de error), de los alumnos de las 11 licenciaturas de la Universidad Autónoma de Durango campus Zacatecas. Se estratificó la muestra para obtener datos más precisos.

Participantes

Del conjunto de participantes, el 53.3% son mujeres y el 46.7% restante hombres. La edad de los participantes oscila entre los 17 y 27 años.

El mayor número de estudiantes está concentrado en el primer semestre (26%) y quinto semestre (21.4)%, siendo séptimo semestre el que presenta la menor cantidad de alumnos (16.1%). La figura 2 muestra la distribución y representatividad de los participantes por carrera.

Figura 2. Composición de la muestra

Carrera	Número de alumnos	Porcentaje	Carrera	Número de alumnos	Porcentaje
Ciencias y técnicas de la comunicación	399	36.50%	Nutrición	64	5.61%
Diseño gráfico	171	15.44%	Sistemas computacionales administrativos	60	5.26%
Mercadotecnia	100	9.12%	Derecho	53	4.56%
Administración de empresas turísticas	96	8.77%	Psicología	9	0.70%
Comercio internacional	83	7.37%	Artes plásticas	5	0.35%
Arquitectura	73	6.32%	Total	1,113	100%

Herramientas

Las actitudes de los estudiantes hacia la educación vía Internet a nivel postgrado fueron medidas mediante un cuestionario diseñado especialmente para esta investigación, constituido por preguntas cerradas y tipo escala Likert.

El cuestionario consta de tres subescalas que son las de: Postgrados, Internet y Educación vía Internet. En todas las subescalas se midieron los tres componentes de la actitud. Se utilizaron 56 ítems, de los cuales 30 midieron el componente cognoscitivo, 15 el afectivo y 6 el conductual (Ver figura 3).

Figura 3. Tabla de operacionalización de la variable

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Actitudes de los estudiantes de la UADCZ hacia los postgrados vía Internet	Cognoscitivo	Creencias descriptivas de los postgrados	7, 8, 9, 10, 11
		Creencias evaluativas de los postgrados	12, 13, 14, 15, 16
		Creencias descriptivas del Internet	22, 23, 24, 25, 26
		Creencias evaluativas del Internet	32, 33, 34, 35, 36
		Creencias descriptivas del E-learning	37, 38, 39, 40, 41
		Creencias evaluativas del E-learning	42, 43, 44, 45, 46
	Afectivo	Sentimientos hacia los postgrados	17, 18, 19, 20, 21
		Sentimientos hacia el Internet	27, 28, 29, 30, 31

Además, se incluyeron las variables clasificatorias: sexo, edad, semestre y carrera que se cursan, si saben utilizar el Internet y si conocen lo que es la educación a distancia. Este instrumento fue diseñado basándose en el cuestionario empleado por Gutiérrez Marfileño en 1998.

La confiabilidad de la escala Likert incluida en el instrumento es de .61. En cuanto a la subescala postgrado en el valor Alfa de Cronbach se contó con un .50, mientras que un .49 fue lo que reportó la subescala e-learning.

Procedimiento

La aplicación y recolección de los cuestionarios se realizó con el apoyo de los profesores, y con una buena disposición de los participantes para proporcionar la información. En esta investigación descriptiva se hizo un análisis de tipo univariado que permite saber cómo se comporta la variable. Para este análisis son utilizados datos porcentuales, así como cifras descriptivas.

El análisis de los datos fue realizado utilizando el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Resultados

El 98% de los estudiantes sabe utilizar el Internet. En cuanto a la pregunta de si saben lo que es la educación vía Internet, el 66% dijo que sí; un conocimiento que como se verá más adelante es superficial.

Acerca de las subescalas y componentes, el componente cognoscitivo sobre los postgrados fue favorable, ya que más del 70% considera que les ayuda a actualizarse,

especializarse y reafirmar conocimientos de la licenciatura. Mientras que el 59% lo calificó de sencillo.

En cuanto al componente afectivo acerca de los postgrados, más del 80% de los estudiantes estuvieron “De acuerdo” y “Muy de acuerdo” en que un postgrado les brinda reconocimiento y les permite autorrealizarse. Más de la mitad utilizan adjetivos como interesante y entretenido; estos datos reflejan que los sentimientos que se tienen hacia los postgrados son favorables.

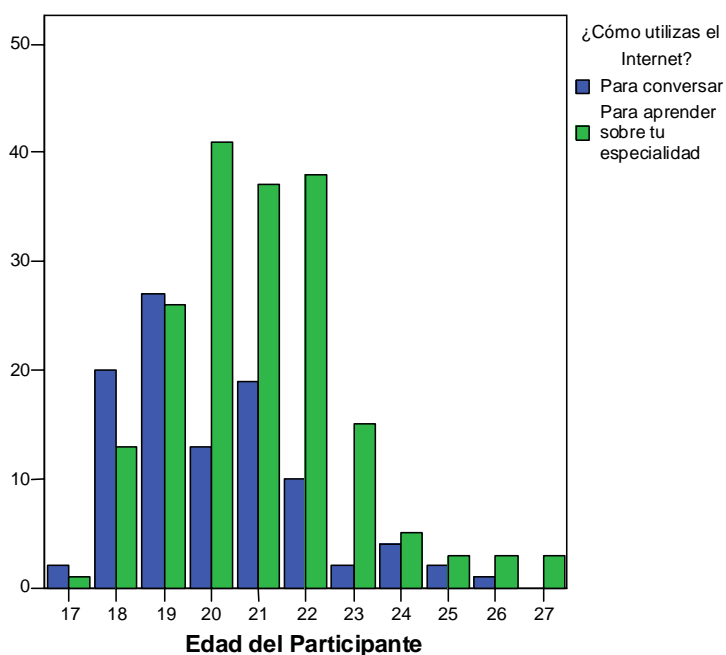
Donde no se ve una tendencia positiva, es en cuanto al componente conductual sobre los postgrados, ya que el 85% prefiere estudiar un postgrado en la universidad, que hacerlo a través de Internet.

Hablando de la subescala Internet, el componente cognoscitivo arroja que más del 90% conoce las ventajas del Internet. El 90% afirma que brinda entretenimiento, el 87% en que brinda conocimientos y el 65% en que ayuda a socializar. Todas son actividades positivas respecto al Internet.

En el componente afectivo hacia el Internet, más del 50% ha tenido experiencias agradables, lo considera relajante y piensa que sus contenidos son de buen gusto. Cabe señalar que más de la mitad lo considera adictivo y que abusar en el tiempo de su uso es malo.

En cuanto al componente conductual hacia la Internet, el 65% de los estudiantes lo utilizan para aprender de su especialidad. Lo que indica su uso como herramienta educativa (Ver figura 4).

Figura 4. Uso que se le da al Internet de acuerdo a la edad



Por último en la subescala e-learning, el componente cognoscitivo arrojó que el conocimiento que tienen los estudiantes sobre los postgrados vía Internet es poco, al menos en cuestiones muy específicas e importantes como el precio (No sé 79%) y la certificación (No sé 74%). Cabe señalar que la segunda opción de respuesta más elegida para esos dos planteamientos fue "Sí", lo que muestra una creencia positiva al respecto.

Más del 70% está consciente de que puede obtener conocimientos de su especialidad vía Internet.

La mayor parte de los estudiantes, alrededor del 40%, no tiene la certeza de si la educación vía Internet ofrece ventajas profesionales.

En cuanto al componente afectivo, nuevamente los alumnos demuestran su falta de conocimiento respecto a los postgrados vía Internet ya que tres de las cinco afirmaciones planteadas para medir este componente fueron respondidas por más del 50% con "Indeciso", mientras que el 59% la consideró como una actividad agradable y un 50% cómoda.

Finalmente, el componente conductual sobre e-learning, muestra la brecha que existe entre el salón de clases y la computadora, ya que el 82% de los encuestados prefieren consultar al maestro de manera personal, mientras que el 18% gusta de consultarlo vía Internet.

Además de que el 56% de los encuestados prefieren trabajar una vez terminada su carrera, mientras que el 44% sí invertiría el tiempo en realizar estudios de postgrado.

Discusión de resultados

La actitud que manifiestan los estudiantes de la Universidad Autónoma de Durango Campus Zacatecas hacia los postgrados vía Internet es favorable, ya que la tendencia en la mayor parte de los reactivos fue positiva.

Se encontró que los alumnos tienen conocimiento acertado y califican de manera positiva lo que son los postgrados, además de que los consideran como algo agradable que les traerá cierto tipo de recompensa o beneficio.

Asimismo, se constató que los alumnos tienen un conocimiento más amplio acerca de lo que es Internet, lo relacionan con actividades positivas y sus experiencias con éste han sido agradables.

Las dificultades empiezan cuando se conjuntan estos dos elementos, los postgrados y la Internet como medio educativo. Obsérvese que la variable estudiada, que en este caso es la actitud de los estudiantes de la UADCZ hacia los postgrados vía Internet, representa un objeto de actitud bastante complejo por su conformación.

De 45 reactivos relacionados con el componente afectivo y cognoscitivo, 33 fueron respondidos afirmativamente, seguidos por 9 con la respuesta "No sé" o "Indeciso", y tres respondidos negativamente, por lo que de manera general se puede considerar que existe una actitud favorable hacia el objeto de actitud.

En el componente conductual, de las 6 preguntas, una fue respondida a favor del e-learning, mientras que 2 tuvieron los datos distribuidos entre ambas respuestas, quedando así las otras tres a favor de los postgrados presenciales. Es así que aunque no se tuvo una tendencia hacia los postgrados vía Internet en este componente, esto se debe en gran parte a la desinformación existente respecto al objeto de la actitud.

La muestra arroja que los alumnos de la carrera de Diseño Gráfico son quienes, en proporción, estarían más dispuestos a estudiar un postgrado por Internet, mientras que los estudiantes de la carrera de Sistemas Computacionales Administrativos y Contables son los más renuentes, a pesar de tener una relación estrecha con la máquina.

Tal como lo afirman Karsenti, Larose y Nuñez (2002), los cursos virtuales tienen un impacto muy positivo sobre la motivación de los estudiantes, pero existe aún una brecha importante entre el salón de clases de la universidad y el salón de clases virtual, lo cual puede deberse, tal como se vio en los resultados de esta investigación a la desinformación que existe al respecto.

En una sociedad donde la tecnología juega un papel central, es normal que los jóvenes crezcan a la par de ella y por consiguiente tengan un contacto permanente con la Internet.

No cabe duda que los estudios a nivel postgrado cada vez son más una necesidad que un gusto. Para ser competitivos dentro de la sociedad actual, es necesario contar con una especialización en el área de estudios.

La educación vía Internet es algo relativamente nuevo, por lo que las experiencias que han tenido los estudiantes con esta opción educativa son nulas, sin embargo, así como la Internet se ha convertido en algo de uso común y tal como lo muestra esta investigación es algo familiar para estos jóvenes, la aceptación del e-learning debe darse también de manera natural con el paso del tiempo, debido a los dos factores anteriores.

Todas las universidades que se encuentren interesadas en integrar dentro de su oferta educativa este tipo de posgrados, e inclusive, aquellas que ya la tienen, deben promoverla y llenar todos esos huecos informativos que existen acerca de la misma.

Tomando en cuenta el papel tan importante que está teniendo la Internet como medio de comunicación y su desarrollo a pasos avanzados, es importante promover una cultura de la Internet como medio de educación formal, de manera que se tome como una real opción educativa.

Referencias bibliográficas

- Centro de Investigaciones de estadística Aplicada. (2003) *Estudio sobre educación a distancia*. (Disponible en <http://www.universia.com.ar/contenidos/pdfs/cinea.pdf>)
- Conn, D. (2001) *Fundamentos de Psicología*. México: Thomson.
- DeFleur, M. (2002) *Las siguientes generaciones y su imagen de los americanos: actitudes y creencias sostenidas por adolescentes en 12 países*. USA: New York University.
- Gutiérrez Marfileño, V. E. (1998). *Actitudes de los estudiantes hacia la ciencia*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Hellers, N. (2002). *El boom del e-learning*. (Disponible en <http://www.emagister.com>)
- Islas, O. y Gutiérrez, F. (2001) *Intenet, el medio inteligente*. México: CECSA.
- Karsenti, T., Larose, F. Y Nuñez, M. (2002). La apertura universitaria a los espacios de formación virtual: un reto a la autonomía estudiantil. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. Vol. 4, número 1. (Disponible en <http://redie.ens.uabc.mx/vol4no1/contenido-karsenti.html>).
- Marín, G. (1990) *La psicología social en el mundo de hoy*. México: Trillas.