
USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN VARONES Y MUJERES DE LA CIUDAD DE JULIACA 2016

USE OF NEW INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN MEN AND WOMEN OF THE CITY OF JULIACA 2016

Madeleine Ticona Condori

Recibido 28 de abril de 2017 – Aceptado 31 de mayo de 2017

RESUMEN

Debido al creciente avance de tecnologías de información y comunicación, hoy en día es una práctica común en países desarrollados, pero aún existe una brecha digital, según un último estudio mundial del Centro de investigaciones Pew (2016) existe brechas de género en muchos aspectos del uso de la tecnología. Es por ese motivo que el propósito del presente estudio es determinar las diferencias del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación en varones y mujeres. La metodología utilizada fue descriptiva, diseño de investigación cuantitativa, no experimental transeccional, confiabilidad del 95% aplicado en la ciudad de Juliaca, a personas de 16 a 68 años de edad obteniendo los siguientes resultados, existe una diferencia significativa entre varones y mujeres en cuanto al alcance de los aparatos de tecnología y comunicación, los varones creen que están más a su alcance que las mujeres. Se concluye que aún existen diferencias significativas del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación entre varones y mujeres de la ciudad de Juliaca Perú 2016.

Palabras clave: Tecnologías, información, comunicación, uso de aparatos tecnológicos entre varones y mujeres.

Madeleine Ticona Condori, Licenciada en Estadística e Informática y Magister en Administración Educativa de la Universidad Nacional del Altiplano. Actualmente es docente de la Universidad Peruana Unión. La correspondencia concerniente a este artículo puede ser enviada al correo: madeleine.ticona@upeu.pe

ABSTRACT

Due to the growing advance of information and communication technologies, nowadays it is common practice in developed countries, but there is still a digital gap, according to a recent global study by the Pew Research Center (2016) there are gender gaps in many aspects of technology use. It is for this reason that the purpose of the present study is to determine the differences in the use of new information and communication technologies in men and women. The methodology used was descriptive, quantitative research design, non-experimental transectional, reliability of 95% applied in the city of Juliaca to people of 16 to 68 years old obtaining the following results, there is a significant difference between males and females as within the reach of technology and communication devices, men believe that they can reach more to technological devices than women. In conclusion, there are still significant differences in the use of new information and communication technologies between men and women in the city of Juliaca Peru 2016.

Keywords: technology, information, use of technological devices among men and women.

RESUMO

Devido ao crescente avanço das tecnologias da informação e da comunicação, hoje em dia é uma prática comum nos países desenvolvidos, mas ainda há uma divisão digital, de acordo com um último estudo mundial do Pew Research Center (2016), existem lacunas de gênero em muitos aspectos da uso da tecnologia. É por esta razão que o objetivo deste estudo é determinar as diferenças entre o uso de novas tecnologias de informação e comunicação em homens e mulheres. A metodologia utilizada foi descritiva, projeto de pesquisa quantitativa, transeccional não-experimental, confiabilidade de 95% aplicada na cidade de Juliaca, para pessoas de 16 a 68 anos obtendo os seguintes resultados, há uma diferença significativa entre homens e mulheres Em termos de alcance da tecnologia e dos dispositivos de comunicação, os homens acreditam que são mais acessíveis do que as mulheres. Conclui-se que ainda há diferenças significativas no uso de novas tecnologias de informação e comunicação entre homens e mulheres na cidade de Juliaca. Peru 2016.

Palavras-chave: Tecnologias, informação, comunicação, uso de dispositivos tecnológicos entre homens e mulheres.

Introducción

El uso de las tecnologías de información y comunicación, hoy en día es una práctica común en países desarrollados, debido al creciente avance de las computadoras y todos los avances tecnológicos. Vivimos en un mundo en que la tecnología marca el ritmo del progreso y las pautas de la vida, vivimos en un mundo modelado por la tecnología. Sin embargo, este no es el caso de todos. En Perú, según la ERESTEL (2015) existen 18.9 millones de peruanos con teléfonos móviles, de los cuales 5.8 millones usa smartphones (30.9% del total) y aproximadamente el 60 % de la población en el mundo no tiene acceso a Internet. El reciente informe sobre el desarrollo mundial publicado por el Grupo Banco Mundial (2016), en el informe de desarrollo mundial dividiendo digitales panorama general, hace notar que “para que las tecnologías digitales beneficien a todos y en todo lugar es preciso eliminar la brecha digital que aún existe, especialmente en lo que respecta al acceso a Internet”. Además, la brecha digital entre los países, y una razón de ello es que las mujeres tienen menos probabilidades que los hombres de usar o tener acceso a tecnologías digitales. Según un último estudio mundial del Centro de Investigaciones Pew (2016) en su publicación *El acceso a Internet en*

todo el mundo cada vez mayor, existen brechas de género en muchos aspectos del uso de la tecnología.

Es con ese propósito que el presente estudio tiene por objetivo determinar las diferencias del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación en varones y mujeres de la ciudad de Juliaca en el año 2016, se toma como referencia la concepción del conocimiento y el uso de internet que pone énfasis en los aparatos que son utilizados como instrumentos mediadores en el aprendizaje del uso de internet. Dentro de estas se consideran diversas tecnologías de información y comunicación además de los aparatos que son de uso común en la práctica educativa en nuestra ciudad de Juliaca. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario.

Es por ese motivo también que en la actualidad se habla de la alfabetización digital e informacional, que se ha vuelto cada vez más dominante en una sociedad que cada vez más está conectada a la tecnología de la información y la comunicación en todos los ámbitos y que por lo tanto tiene no solo el reto de preparar al usuario en el uso digital de ésta sino

de permitirle desarrollar también destrezas que le faciliten el manejo de la información que ésta contiene. Según Bawden (2005) el concepto de alfabetización “va mucho más allá de saber leer y escribir; que constituiría una forma básica de que las personas aprendan aspectos del lenguaje o del manejo de operaciones matemáticas básica. En las últimas décadas, este concepto se ha complementado con las llamadas “alfabetizaciones en destrezas”, conceptos desarrollados para hacer referencia a una información creciente complejidad y a las tecnologías en auge.

Impacto del internet en la sociedad

Hoy en día, la Internet es considerada como una herramienta muy útil para la comunicación como una fuente de información depende de con qué interés se acerque el hombre al internet. Esta aproximación no siempre es consciente, a veces los niños cuentan con un ambiente doméstico bastante computarizado, así que, de origen, se familiarizan con Internet y dan un paso natural en su primera escuela y, sucesivamente, en cada una de las etapas de sus vidas. Castells (2014) también menciona que, tanto el niño como el adulto pueden tener el acercamiento por medio de algún amigo, algún familiar, un juego, un trabajo escolar, en la radio, en la televisión, en los diarios, una recomendación de un

colega, en la oficina o en alguna reunión profesional.

Castells (2014) indica que el internet es la tecnología decisiva de la era de la información de la misma forma que el motor eléctrico fue el vector de la transformación tecnológica durante la era industrial. Esta red global de redes informáticas, que en la actualidad operan sobre todo a través de plataformas de comunicaciones inalámbricas, nos proporciona la propagación de una comunicación multimodal e interactiva en cualquier momento y libre de límites espaciales. Internet, en el centro de estas redes de comunicaciones, permite producir, distribuir y utilizar información digitalizada en cualquier formato. Según el estudio publicado por Hilbert (2011) en Science el 95% de toda la información existente en el planeta está digitalizado y en su mayor parte accesible en internet y otras redes informáticas.

Según Ortega (2004) el auge de las nuevas tecnologías en el último tercio del siglo XX ha despertado grandes esperanzas a la humanidad al ponerle en sus manos poderosos instrumentos de comunicación que pueden favorecer el desarrollo, la extensión de la cultura, la educación, la democracia y el pluralismo. La relación entre los seres humanos y las tecnologías no es tarea fácil. Entre otras razones, porque los hombres transforman su entorno, adaptándolo a sus necesidades, pero al final estas

transformaciones cambian a nosotros mismos y por lo tanto a la sociedad en la que nos movemos. Y las tecnologías han colaborado de forma extraordinaria en esta adaptación del entorno para la satisfacción de nuestras necesidades; y por lo tanto han jugado y siguen jugando un papel fundamental en la configuración de nuestra sociedad y nuestra cultura. No hay más que ver el ejemplo de las tecnologías que nos rodean que ya están asentadas en la sociedad por el tiempo que llevan formando parte de ella, están tan perfectamente integradas en nuestras vidas, como una segunda naturaleza, que se han vuelto invisibles. Las utilizamos sin darnos cuenta, hasta tal punto que no somos conscientes de cómo han contribuido a cambiar las cosas y prácticamente solo las percibimos cuando por cualquier razón faltan o fallan. Es evidente que para la sociedad actual cualquier instrumento tecnológico solo se percibe cuando es lo suficientemente nuevo, después se integra en el entorno y ni siquiera se percibe como tecnología.

Evolución de las tecnologías de información y comunicación

Vásquez (2005) indica que en el actual nivel de evolución de las tecnologías de información y comunicación, los dominios tecnológicos más relevantes para los desafíos actuales en la gestión de protección social son:

- Acceso remoto

Por medios tecnológicos lo que entre otras funcionalidades, permite solicitar beneficios de programas de protección social desde lugares donde los órganos de los Estados responsables de proveerlos no tienen presencia y, facilita la transmisión de datos y documentos entre los órganos de estado.

- Administración de bases de datos

Con iguales estándares, lo que permite el ingreso, almacenamiento, actualización y transmisión de datos de caracterización social entre los órganos de los Estados, con fines de verificación, fiscalización y compartir datos en forma automática, sin que los ciudadanos tengan que obtenerlos y entregarlos a la respectiva institución estatal.

- Interoperación

Por medio de acuerdos formales de vinculación tecnológica en las interfaces donde interoperan, es decir esto involucra a oficialización de acuerdos jurídicos, en los niveles técnico, semántico e institucional, los cuales, si bien no son muy complejos, son fundamentales para la coordinación por medios tecnológicos.

- Infraestructura tecnológica

Entendida como la incorporación de hardware, software, redes de telecomunicaciones, etc. que faciliten el acceso remoto, la interoperación y el intercambio de bases de datos.

- Temas transversales

Entre los cuales destacan la necesidad de introducir cambios en legislación y normativa para la provisión de los productos de estos programas por medios tecnológicos, formación técnica, financiamiento, todos los temas necesarios para una informatización del sector público más convergente y ordenada y una interoperación eficaz.

Diferencias de género en el uso de Internet y TICs

Según Gómez (2012) la diferenciación entre hombres y mujeres es evidente, y en algunos aspectos es aún más clara que diez años atrás, señala el estudio. En la investigación anterior no se habían encontrado diferencias de género en el uso de Internet para comunicación, mientras que en el presente estudio se ha visto que las mujeres lo usan más, y que visitan más las redes sociales que los hombres.

Los investigadores detectaron que los hombres se conectaban más a Internet que las mujeres, y que descargaban más material (películas, música) que ellas. Desde entonces han aparecido Facebook y Twitter y se han desarrollado los smartphones.

Esos cambios llevaron a algunos observadores a predecir que las diferencias por género desaparecerían, o incluso se darían la vuelta debido a la “feminización” de internet. Otros

analistas han sostenido que las diferencias en Internet simplemente reflejan las que hay en la sociedad en general, y que por tanto se mantendrían.

Además de la diferencia de género, el 2002 se analizaron dos factores que, se creía, podían predecir el uso de Internet: la “ansiedad de Internet” y la “identificación de Internet”. Este último se define como la “importancia de la capacidad de un individuo para usar internet para su autoconcepto”.

La ansiedad de Internet se puede definir como un “temor anticipado e irracional evocado por pensar en usar en Internet (o directamente por usarlo), cuyo efecto es evitar o minimizar el uso de Internet. El 2012 se han vuelto a analizar estos rasgos de comportamiento. El estudio concluye que la diferenciación entre hombres y mujeres es más clara en el estudio actual de lo que era hace diez años, porque entonces no se encontraron diferencias de género en el uso de Internet para la comunicación.

Los resultados indican que en lugar de trascender o superar las diferencias de género de la sociedad en general, el uso de Internet por parte de hombres y mujeres parece reflejar, y en algunos casos incluso exacerbar, esas tendencias más amplias.

Método

El método utilizado en la presente investigación fue cuantitativo, con un diseño de investigación descriptivo no experimental transeccional, elaborado en la ciudad de Juliaca Perú, durante el año 2016.

Población y muestra

La población para el presente estudio estuvo conformada por los habitantes de la ciudad de Juliaca Perú de edades entre 16 años a 68 años. La estimación de la muestra se realizó mediante el método aleatorio probabilístico, con un margen de error del 0.05 o 5% y una confiabilidad del 95%. El estudio presenta un diseño de muestra de una sola etapa, por lo tanto, el marco de muestreo es la lista de elementos que componen la población de estudio.

Variables

Las variables de estudio fueron:

- Uso de tecnologías de información y comunicación: Grado de interés, frecuencia de conexión a internet, cómo aprendió, seguridad de uso, si posee un teléfono móvil, uso imprescindible de internet, dispositivos tecnológicos que usa y Redes sociales.
- Género: Varón y Mujer.

Instrumentos

Se utilizó el cuestionario de uso de nuevas tecnologías de información y comunicación, validado con

el estadístico alfa de Crombach 0.680. El cuestionario fue suministrado a los habitantes de la ciudad de Juliaca, tanto a varones y mujeres, de las edades de 16 a 68 años, aplicados en las diferentes urbanizaciones de la ciudad, en un lapso de tiempo que variaba entre 5 y 10 minutos por cuestionario.

Procedimiento

Se inició con la validación del instrumento, utilizando para dicha validación la prueba piloto, corrigiendo algunos ítems que pudieran ser más comprensibles por la población de Juliaca. Quedando después de esta el instrumento apropiado. En la administración del cuestionario, se inició con la preparación de recursos necesarios tales como: fotocopias del instrumento, lápices, lapiceros, plumones, entre otros materiales de escritorio. Luego de la aplicación se procedió con el vaciado de datos al software SPSS, y la generación de los resultados.

Análisis de datos

Para el análisis de datos, se obtuvo la información detallada del tema a investigar, para fundamentar la variable que permitió identificar las diferencias del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación según el género, todos los datos fueron procesados en el programa estadísticos SPSS.

Resultados

y mujeres de la ciudad de Juliaca en el año 2016.

A continuación, se presentan los resultados del objetivo general.

Determinar las diferencias del uso de nuevas tecnologías de información y comunicación en varones

Tabla 1

Grado de interés que posee en la innovación y avances tecnológicos según el género

		Género del encuestado			
		Masculino	Femenino	Total	
Grado de interés posee en la innovación y avances tecnológicos	Poco	Recuento	39	41	80
		% dentro de Género del encuestado	20.4%	21.5%	20.9%
		% del total	10.2%	10.7%	20.9%
	Algo	Recuento	52	82	134
		% dentro de Género del encuestado	27.2%	42.9%	35.1%
		% del total	13.6%	21.5%	35.1%
	Bastante	Recuento	60	51	111
		% dentro de Género del encuestado	31.4%	26.7%	29.1%
		% del total	15.7%	13.4%	29.1%
	Mucho	Recuento	40	17	57
		% dentro de Género del encuestado	20.9%	8.9%	14.9%
		% del total	10.5%	4.5%	14.9%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

De la tabla 1, se observa el grado de interés en la innovación y avances tecnológicos, el 31.4% de los varones tienen bastante interés por los avances tecnológicos mientras que el ellos lo utilizan para juegos y ocio. Mientras que las mujeres la utilizan más para comunicarse. Se podría

42.9% de las mujeres tiene algo de interés. Según Gómez (2012), en su publicación sobre diferencias de género encontró que los varones tienen mayor interés debido a que decir que dichas diferencias aun persiste

Tabla 2

Cree que los aparatos de nuevas tecnologías están al alcance de todos, según el género

		Género del encuestado			
		Masculino	Femenino	Total	
Cree que los aparatos de nuevas tecnologías están al alcance de todos	Sí	Recuento	113	98	211
		% dentro de Género del encuestado	59.2%	51.3%	55.2%
		% del total	29.6%	25.7%	55.2%
	No	Recuento	78	93	171
		% dentro de Género del encuestado	40.8%	48.7%	44.8%
		% del total	20.4%	24.3%	44.8%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Según la tabla 2, se puede ver que respecto a que los aparatos están al alcance de todos, el 59.2% de los varones creen que sí están al alcance, mientras que un 51.3% de las mujeres sí lo cree. Bauer (2016), en su artículo indicó que la brecha digital

al interior de los países puede ser tan alta como entre los países, y una razón de ello es que las mujeres tienen menos probabilidades que los hombres de usar o tener acceso a tecnologías digitales; se puede decir que dicha brecha persiste.

Uso de las nuevas tecnologías de la información

Tabla 3

Frecuencia con la que se conecta al internet, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Frecuencia con la que se conecta a Internet	Todos los días	Recuento	110	97	207
		% dentro de Género del encuestado	57.6%	50.8%	54.2%
		% del total	28.8%	25.4%	54.2%
	Dos o tres veces por semana	Recuento	63	73	136
		% dentro de Género del encuestado	33.0%	38.2%	35.6%
		% del total	16.5%	19.1%	35.6%
	Una vez al mes	Recuento	13	7	20
		% dentro de Género del encuestado	6.8%	3.7%	5.2%
		% del total	3.4%	1.8%	5.2%
	Nunca	Recuento	5	14	19
		% dentro de Género del encuestado	2.6%	7.3%	5.0%
		% del total	1.3%	3.7%	5.0%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Según la tabla 3, se puede ver que el 50,8% de las mujeres se conecta todos los días al internet, en el caso de los varones el 57.6% de

ellos se conecta a internet todos los días. El 3.7% de las mujeres y el 6.8% de los varones solo lo hace una vez al mes.

Tabla 4
Forma de cómo aprendió a usar el internet, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
¿Cómo aprendió a usar Internet?	Por mi mismo	Recuento	128	109	237
		% dentro de Género del encuestado	67.0%	57.1%	62.0%
		% del total	33.5%	28.5%	62.0%
	Curso de Informática	Recuento	22	23	45
		% dentro de Género del encuestado	11.5%	12.0%	11.8%
		% del total	5.8%	6.0%	11.8%
	Por amigos y familiares	Recuento	35	49	84
		% dentro de Género del encuestado	18.3%	25.7%	22.0%
		% del total	9.2%	12.8%	22.0%
	Otros Medios	Recuento	6	10	16
		% dentro de Género del encuestado	3.1%	5.2%	4.2%
		% del total	1.6%	2.6%	4.2%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

De la tabla 4 se puede decir que, el 67% de los varones y el 57.1% de las mujeres aprendieron por si mismos a usar internet, esto quiere decir que existen diferencias significativas entre varones y mujeres. Respecto al indicador que aprendieron internet por amigos y familiares, las mujeres recibieron mayor ayuda con

un 25.7% y los varones con un 18.3% del total de ellos. Bauer (2016), indicó que en 20 países, los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de usar Internet. Estas diferencias son especialmente graves en los países africanos. En otros lugares, la proporción de

hombres y mujeres que usan Internet es similar.

Tabla 5

Respecto a la seguridad del uso el internet, según el género del encuestado

		Género del encuestado			
		Masculino	Femenino	Total	
¿Cree que Internet es seguro?	Sí	Recuento	64	62	126
		% dentro de Género del encuestado	33.5%	32.5%	33.0%
		% del total	16.8%	16.2%	33.0%
	No	Recuento	127	129	256
		% dentro de Género del encuestado	66.5%	67.5%	67.0%
		% del total	33.2%	33.8%	67.0%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Respecto a la seguridad del uso de internet, tanto varones como mujeres se asemejan en sus respuestas, ambos creen que internet no es seguro en un 66.5% los varones y 67.5% las mujeres. Esto confirmaría lo que Erestel (2015) menciona, que

la tendencia de comprar un libro, artículo para el hogar, o electrodoméstico vía internet aún no cala en la mayoría de peruanos, pues seis de cada diez personas rara vez o nunca en su vida realizaron compras en línea, según un estudio de Visa; y es por esa razón que lo creen inseguro.

Tabla 6

Realiza compras por el internet, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Realiza compras por Internet	Sí	Recuento	43	26	69
		% dentro de Género del encuestado	22.5%	13.6%	18.1%
		% del total	11.3%	6.8%	18.1%
	No	Recuento	148	165	313
		% dentro de Género del encuestado	77.5%	86.4%	81.9%
		% del total	38.7%	43.2%	81.9%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Respecto si realizan compras por internet, la tabla 6 muestra que 22.5% de los varones y 13.6% de las mujeres sí realizan compras por el internet, esto indica que los varones son los que más realizan compras

por internet más que las mujeres. Y también la tabla muestra que la mayoría de los varones y mujeres no realizan compras por internet confirmando lo que se menciona en la tabla 5.

Tabla 7

Ha dejado de realizar otras actividades desde que utiliza el internet, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Ha dejado de realizar otras actividades desde que utiliza Internet	Sí	Recuento	47	44	91
		% dentro de Género del encuestado	24.6%	23.0%	23.8%
		% del total	12.3%	11.5%	23.8%
	No	Recuento	80	83	163
		% dentro de Género del encuestado	41.9%	43.5%	42.7%
		% del total	20.9%	21.7%	42.7%
	A veces	Recuento	64	64	128
		% dentro de Género del encuestado	33.5%	33.5%	33.5%
		% del total	16.8%	16.8%	33.5%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Según la tabla 7 se puede decir que tanto varón en un 24.6% y mujeres en un 23% han dejado de realizar algunas actividades desde que utiliza el internet, esto puede indicar

que el internet está tomando el mayor espacio posible dentro de la rutina diaria que antes tenían tanto varones y mujeres.

Tabla 8

Considera que las descargas por Internet es una forma de piratería, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Considera que las descargas por Internet son una forma de piratería	Sí	Recuento	60	64	124
		% dentro de Género del encuestado	31.4%	33.5%	32.5%
		% del total	15.7%	16.8%	32.5%
	No	Recuento	33	39	72
		% dentro de Género del encuestado	17.3%	20.4%	18.8%
		% del total	8.6%	10.2%	18.8%
	A veces	Recuento	79	66	145
		% dentro de Género del encuestado	41.4%	34.6%	38.0%
		% del total	20.7%	17.3%	38.0%
	No sé	Recuento	19	22	41
		% dentro de Género del encuestado	9.9%	11.5%	10.7%
		% del total	5.0%	5.8%	10.7%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

Respecto a que, si consideran que las descargas por internet es una forma de piratería, el 31.4% de los varones así lo creen, el 17.3% no lo consideran piratería, 41.4% que son la mayoría de los varones indican que a veces las descargas son piratería y un 9.9% no saben que las descargas que hacen son piratería. En

cuanto a las mujeres el 33.5% de las mujeres así lo creen, el 20.4% no lo consideran piratería, 34.6% que son la mayoría de las mujeres indican que a veces las descargas son piratería y un 11.5% no saben que las descargas que hacen son piratería.

Tabla 9

Considera que internet es útil a la hora de buscar empleo, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Considera que internet es útil a la hora de buscar empleo	Sí	Recuento	134	123	257
		% dentro de Género del encuestado	70.2%	64.4%	67.3%
		% del total	35.1%	32.2%	67.3%
	No	Recuento	57	68	125
		% dentro de Género del encuestado	29.8%	35.6%	32.7%
		% del total	14.9%	17.8%	32.7%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

En cuanto a que, si consideran que internet es útil a la hora de buscar empleo, el 70.2% de los varones y el 64.4% de las mujeres así lo creen, lo que indicaría que es más

frecuente buscar empleo por internet, cambiando de esta forma los métodos tradicionales o convencionales al momento de buscar un empleo.

Tabla 10

Si posee un teléfono móvil, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Posee un teléfono móvil	Sí	Recuento	177	178	355
		% dentro de Género del encuestado	92.7%	93.2%	92.9%
		% del total	46.3%	46.6%	92.9%
	No	Recuento	14	13	27
		% dentro de Género del encuestado	7.3%	6.8%	7.1%
		% del total	3.7%	3.4%	7.1%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

La tabla 10, muestra algo muy interesante. El indicador de si poseen un teléfono móvil o celular, donde se encontró que el 92.7% de los varones y 93.2% de las mujeres poseen un celular. Esto indicaría que en la población de Juliaca – Perú la mayoría tiene un equipo móvil esto debido a la fácil accesibilidad a los equipos móviles, variedad de precios entre otros factores, sin embargo, es interesante notar también que hay un porcentaje mínimo de personas que aún no poseen un teléfono móvil. Bauer (2016), en su publicación encontró resultados similares acerca de poseer un teléfono móvil inteligente, encontró que existen grandes diferencias de

género en lo que respecta a la tenencia de teléfonos inteligentes (es más probable que los hombres tengan un teléfono inteligente) en muchos países, en Mexico (diferencia superior a 16), Nigeria (diferencia superior a 13), Kenya (diferencia superior a 12) y Ghana (diferencia superior a 12). Más de 1700 millones de mujeres en los países de ingreso mediano y bajo no tienen teléfonos móviles. Las mujeres en estos países tienen, en promedio, un 14 % menos de probabilidades que los hombres de poseer un teléfono móvil. Las mujeres en Asia meridional tienen un 38 % menos de probabilidades que los hombres de tener un teléfono

Tabla 11

Tipo de contrato que tiene con el operador móvil, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Tipo de contrato que tienen con el operador móvil	Prepago	Recuento	118	143	261
		% dentro de Género del encuestado	61.8%	74.9%	68.3%
		% del total	30.9%	37.4%	68.3%
	Contrato (Post Pago)	Recuento	73	48	121
		% dentro de Género del encuestado	38.2%	25.1%	31.7%
		% del total	19.1%	12.6%	31.7%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

La tabla 11 es muy interesante y está reflejando la realidad en general de varias empresas móviles, muchos usuarios o clientes que utilizan teléfonos móviles están empezando a optar por el servicio de telefonía prepago antes de quedar sujetos a los planes de contrato que ofrecen la

mayoría de las compañías. El 61.8% de los varones y un 74.9% de las mujeres tienen un celular bajo la modalidad de prepago. Un hecho paradigmático a pesar de que los contratos son necesarios por adquirir los llamados “teléfonos inteligentes”.

Tabla 12
Responsable del pago del consumo de su móvil, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Responsable del pago del consumo del móvil	Yo	Recuento	139	133	272
		% dentro de Género del encuestado	72.8%	69.6%	71.2%
		% del total	36.4%	34.8%	71.2%
	El trabajo	Recuento	11	12	23
		% dentro de Género del encuestado	5.8%	6.3%	6.0%
		% del total	2.9%	3.1%	6.0%
	Mis padres	Recuento	37	36	73
		% dentro de Género del encuestado	19.4%	18.8%	19.1%
		% del total	9.7%	9.4%	19.1%
	Otros	Recuento	4	10	14
		% dentro de Género del encuestado	2.1%	5.2%	3.7%
		% del total	1.0%	2.6%	3.7%
	Total	Recuento	191	191	382
		% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	50.0%	50.0%	100.0%

De la tabla 12 se puede ver que el 72.8% de los varones y el 69.6% de las mujeres son responsables de consumo del teléfono móvil, solo el 5.8% de los varones y 6.3% de las mujeres indican que su trabajo es

responsable del pago. Y otro porcentaje importante de mencionar es que del 19.4% de los varones y 18.8% de las mujeres sus padres asumen con los gastos que ocasiona el consumo del teléfono móvil.

Tabla 13

Cree que el uso del móvil es imprescindible en su vida, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Cree que el uso del móvil es imprescindible en su vida	Si	Recuento	143	136	279
		% dentro de Género del encuestado	74.9%	71.2%	73.0%
		% del total	37.4%	35.6%	73.0%
	No	Recuento	48	55	103
		% dentro de Género del encuestado	25.1%	28.8%	27.0%
		% del total	12.6%	14.4%	27.0%
Total	Recuento	191	191	382	
	% dentro de Género del encuestado	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	50.0%	50.0%	100.0%	

El uso de la tecnología móvil tiene un elevado potencial para poder hacernos la vida más fácil y poder disfrutar de una mayor calidad de vida. Esto se ve reflejado en la

tabla 13 que indica que el 74.9% de los varones y 71.2% de las mujeres creen que el uso del teléfono móvil es imprescindible en su vida.

Tabla 14

Lista de dispositivos tecnológicos que usa con mayor frecuencia, según el género del encuestado

		Género del encuestado			
		Masculino	Femenino	Total	
Lista de dispositivos tecnológicos que usa con mayor frecuencia	PC	Recuento	72	47	119
		% del total	18.9%	12.3%	31.2%
	Laptop	Recuento	114	104	218
		% del total	29.9%	27.3%	57.2%
	Tablet	Recuento	31	26	57
		% del total	8.1%	6.8%	15.0%
	iPad	Recuento	10	7	17
		% del total	2.6%	1.8%	4.5%
	Smarthphone	Recuento	87	73	160
		% del total	22.8%	19.2%	42.0%
	iPhone	Recuento	21	14	35
		% del total	5.5%	3.7%	9.2%
	SmartTV	Recuento	20	14	34
		% del total	5.2%	3.7%	8.9%
	Otros	Recuento	5	7	12
		% del total	1.3%	1.8%	3.1%
Total	Recuento	191	190	381	
	% del total	50.1%	49.9%	100.0%	

La tabla 14 muestra los dispositivos tecnológicos que usan con mayor frecuencia tanto varones como mujeres, de toda la lista ofrecida a los encuestados se puede observar que los dispositivos tecnológicos que más usan son la laptop con un

29.9% los varones y un 27.3% de las mujeres, el otro dispositivo tecnológico que más usan son lo Smartphone o teléfonos inteligentes con un 22.8% de los varones y un 19.2 de las mujeres.

Tabla 15

Motivo del uso de dispositivos tecnológicos que usa con mayor frecuencia, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femnino		
Motivo del uso de dispositivos tecnológicos que usa con mayor frecuencia	Ocio/entretenimiento	Recuento	51	66	117
		% dentro de Género	27.0%	35.1%	
		% del total	13.5%	17.5%	31.0%
	Estudio	Recuento	100	105	205
		% dentro de Género	52.9%	55.9%	
		% del total	26.5%	27.9%	54.4%
	Trabajo	Recuento	84	62	146
		% dentro de Género	44.4%	33.0%	
		% del total	22.3%	16.4%	38.7%
	Otros	Recuento	7	10	17
		% dentro de Género	3.7%	5.3%	
		% del total	1.9%	2.7%	4.5%
Total	Recuento	189	188	377	
	% del total	50.1%	49.9%	100.0%	

La tabla 15 muestra el motivo de los dispositivos tecnológicos que usan con mayor frecuencia tanto varones como mujeres, de toda la lista ofrecida a los encuestados se puede observar que uno de los motivos es el estudio con un 52.9% los varones

y un 55.9% de las mujeres, el otro principal motivo porque usan los dispositivos tecnológicos con mayor frecuencia es el trabajo con un 44.4% de los varones y un 33.0% de las mujeres.

Tabla 16

Lista de redes sociales en las que participe habitualmente, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Lista de redes sociales en las que participe habitualmente	Facebook	Recuento	162	159	321
		% del total	43.0%	42.2%	85.1%
	Twitter	Recuento	28	25	53
		% del total	7.4%	6.6%	14.1%
	Linkedin	Recuento	2	4	6
		% del total	0.5%	1.1%	1.6%
	Google+	Recuento	53	58	111
		% del total	14.1%	15.4%	29.4%
	Instagram	Recuento	13	18	31
		% del total	3.4%	4.8%	8.2%
	Flickr	Recuento	1	1	2
		% del total	0.3%	0.3%	0.5%
	MySpace	Recuento	4	5	9
		% del total	1.1%	1.3%	2.4%
	Otros	Recuento	14	22	36
		% del total	3.7%	5.8%	9.5%
	Total	Recuento	188	189	377
		% del total	49.9%	50.1%	100.0%

De la lista de redes sociales en las que participan habitualmente, en la tabla 16 se puede observar que las redes sociales que usan con mayor frecuencia es el Facebook con un 43.0% los varones y un 42.2% las mujeres, seguido de Google+ con

un 14.1% los varones y 15.4% de la mujeres, seguido de Twitter 7.4% los varones y 6.6% de las mujeres, y con porcentajes menores las otras redes sociales como son LinkedIn Instagram y otras.

Tabla 17

Servicios que utiliza con frecuencia cuando navega por internet, según el género del encuestado

		Género del encuestado		Total	
		Masculino	Femenino		
Servicios que utiliza con frecuencia cuando navega por internet	E-mail	Recuento	78	40	118
		% dentro de Género	41.9%	21.9%	
		% del total	21.1%	10.8%	32.0%
	Chat	Recuento	90	86	176
		% dentro de Género	48.4%	47.0%	
		% del total	24.4%	23.3%	47.7%
	Páginas Web	Recuento	102	84	186
		% dentro de Género	54.8%	45.9%	
		% del total	27.6%	22.8%	50.4%
	Descargas	Recuento	61	42	103
		% dentro de Género	32.8%	23.0%	
		% del total	16.5%	11.4%	27.9%
Total	Recuento	186	183	369	
	% del total	50.4%	49.6%	100.0%	

De la tabla 17 se puede decir que los servicios que utiliza con mayor frecuencia cuando navega por internet son las páginas web con un 54.8% los varones y un 45.9% de las

mujeres, el otro porcentaje importante de mencionar también es el Chat con un 48.4% los varones y un 47.0% las mujeres, después el E-mail y las descargas que realiza cuando navega por internet.

Tabla 18

Lista de apps de mensajería instantánea que usa habitualmente, según el género del encuestado

		Género del encuestado			
		Masculino	Femenino	Total	
Lista de apps de mensajería instantánea que usa habitualmente	WhatsApp	Recuento	114	105	219
		% dentro de Género	61.6%	56.5%	
		% del total	30.7%	28.3%	59.0%
	Line	Recuento	10	9	19
		% dentro de Género	5.4%	4.8%	
		% del total	2.7%	2.4%	5.1%
	Telegram	Recuento	2	4	6
		% dentro de Género	1.1%	2.2%	
		% del total	0.5%	1.1%	1.6%
	Skype	Recuento	17	8	25
		% dentro de Género	9.2%	4.3%	
		% del total	4.6%	2.2%	6.7%
	Facebook Messenger	Recuento	133	123	256
		% dentro de Género	71.9%	66.1%	
		% del total	35.8%	33.2%	69.0%
Otro	Recuento	13	17	30	
	% dentro de Género	7.0%	9.1%		
	% del total	3.5%	4.6%	8.1%	
Total	Recuento	185	186	371	
	% del total	49.9%	50.1%	100.0%	

La tabla 18 muestra que el 71.9% de los varones usa el Facebook Messenger y un 66.1% de las mujeres, seguido del WhatsApp con

un 61.6% de los varones y un 56% de las mujeres y con otros porcentajes menores las otras aplicaciones de mensajería instantánea.

Conclusiones

De la investigación realizada se concluye los varones son los que se encuentra mas motivados o tienen mayor grado de interés en la innovación y avances tecnológicos que las mujeres.

Existe una diferencia significativa entre varones y mujeres en cuanto al alcance de los aparatos de tecnología y comunicación, los varones creen que están más a su alcance que las mujeres.

Se concluye también que los que más se conectan a internet son los varones, así como que la mayoría de los varones aprendieron por sí mismos a usar internet, esto quiere decir que existen diferencias significativas entre varones y mujeres.

Respecto a la seguridad del uso de internet, tanto varones como mujeres se asemejan en sus respuestas, ambos creen que internet no es seguro. Esto confirmaría lo que varios, por ejemplo, La Republica (2015) menciona que la tendencia de comprar un libro, artículo para el hogar, o electrodoméstico vía internet aún no cala en la mayoría de peruanos, pues seis de cada diez personas rara vez o nunca en su vida realizaron compras en línea, según un estudio de Visa; y es por esa razón que lo creen inseguro. También se puede decir que tanto varones en un 24.6% y mujeres en un 23% han

dejado de realizar algunas actividades desde que utiliza el internet, esto puede indicar que el internet está tomando el mayor espacio posible dentro de la rutina diaria que antes tenían tanto varones y mujeres.

Existen diferencias también en lo que respecta a las compras por internet, los que compran más por internet son los varones con un 22.5% y 13.6% de las mujeres.

Según la tabla 7 se puede decir que tanto varones en un 24.6% y mujeres en un 23% han dejado de realizar algunas actividades desde que utiliza el internet, esto puede indicar que el internet está tomando el mayor espacio posible dentro de la rutina diaria que antes tenían tanto varones y mujeres.

Tanto varones como mujeres creen que que las descargas por internet es una forma de piratería.

Se concluye también que el 70.2% de los varones y el 64.4% de las mujeres consideran que internet es útil a la hora de buscar empleo, cambiando de esta forma los métodos tradicionales o convencionales al momento de buscar un empleo.

El 92.7% de los varones y 93.2% de las mujeres poseen un celular. Esto indicaría que en la población de Juliaca – Perú la mayoría tiene un equipo móvil esto debido a la fácil accesibilidad a los equipos móviles, variedad de precios entre otros fac-

tores, sin embargo, es interesante notar también que hay un porcentaje mínimo de personas que aún no poseen un teléfono móvil.

El 61.8% de los varones y un 74.9% de las mujeres tienen un celular bajo la modalidad de prepago. Los resultados están reflejando la realidad en general de varias empresas móviles, muchos usuarios o clientes que utilizan teléfonos móviles están empezando a optar por el servicio de telefonía prepago antes de quedar sujetos a los planes de contrato que ofrecen la mayoría de las compañías.

El 74.9% de los varones y 71.2% de las mujeres creen que el uso del teléfono móvil es imprescindible en su vida. El uso de la tecnología móvil tiene un elevado potencial para poder hacernos la vida más fácil y poder disfrutar de una mayor calidad de vida. Los dispositivos tecnológicos que usan con mayor frecuencia tanto varones como mujeres, son el laptop y un Smartphone o teléfonos inteligentes. El motivo de los dispositivos tecnológicos que usan con mayor frecuencia tanto varones como mujeres es estudio y trabajo.

Las redes sociales en las que participan tanto varones como mujeres habitualmente son el Facebook, Google+ y Twitter. Y de los servicios que utiliza con mayor frecuencia cuando navega por internet son las páginas web, el Chat, después el E-mail y las descargas que realiza

cuando navega por internet. Las aplicaciones de mensajería instantánea que usa habitualmente es el Facebook Messenger con una 71.9% de los varones y un 66.1% de las mujeres, seguido del WhatsApp con un 61.6% de los varones y un 56.5% de las mujeres y con otros porcentajes menores las otras aplicaciones de mensajería instantánea.

Recomendaciones

Actualmente la tecnología se ha convertido una pieza fundamental en la vida del ser humano. Muchas personas, son incapaces de concebir actualmente un mundo en el que el internet y las computadoras no existan. Por eso se recomienda no volvernos dependientes de las tecnologías de comunicación e información ni dejar que el uso de las mismas nos produzca estrés y frustración. Usarla para que nos facilite la vida, ayudándonos a conocer cosas que no sabíamos, a encontrar lugares, conocer el mundo sin salir de una misma habitación.

Se debe promover situaciones en donde con o sin la tecnología se desarrolle de la creatividad e imaginación. La falta de tecnologías de información y comunicación no debe ser un obstáculo. Por eso se recomienda que cuando alguien se ha quedado sin computadora, celular o internet; piensen en cómo se llevaba a cabo dicha actividad antes de estos inventos y háganlo. No siempre

hubo correo electrónico, se escribían cartas, o telegramas cuando el mensaje era urgente.

A los que estén leyendo el presente artículo de investigación, sean varones o mujeres, que aún existen diferencias en cuanto al uso, acceso a la tecnología de información y comunicación entre otros aspectos, y de acuerdo a las normas vigentes actualmente, la igualdad de género consiste básicamente en que las mujeres o varones tengan el mismo acceso, trato y oportunidad de gozar de derecho a la educación, al empleo, a la salud, a la asociación ciudadana, a la participación política, a la felicidad. Es decir, a gozar de las condiciones para el desarrollo y ejercicio pleno de sus capacidades. Para que la igualdad sea posible se requiere tener criterios de equidad que equilibren las desigualdades entre mujeres y hombres, así como entre los propios grupos de mujeres y de hombres.

Agradecimientos

A los estudiantes de VI ciclo - 2016 de la carrera profesional de Ingeniería de Sistemas de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Peruana Unión Sede Juliaca, por el entusiasmo en aras de la investigación y por su apoyo en la recolección de datos e ingreso de los mismos en el programa estadístico SPSS.

Referencias bibliográficas

- Bauer, R. (2016). El uso de internet y las diferencias según el género. *América economía – Análisis & Opinión*. España. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/el-uso-de-internet-y-las-diferencias-segun-el-genero>
- Brawden, D. (2005). Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital. *ANALES DE DOCUMENTACIÓN*(N.º 5), pp. 361-408.
- Castells, M. (2014). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. Open Mind.
- Erestel. (2015). Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones. Perú. Erestel.
- Gómez, A. C. (2012). Aumentan las diferencias de género en el uso de Internet. Madrid: Tendencias 21, Tendencias de las Telecomunicaciones Grupo Banco Mundial. (2016). *Dividendos digitales*. Washington DC 20433: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento .
- Centro de investigaciones Pew. (2016). *El acceso a Internet en todo el mundo cada vez mayor, pero sigue siendo más elevado en las economías avanzadas*. EEUU: PewResearch.
- Hilbert, M. (2011). The world's Technological Capacity to Store, Communicate and Compute Information. Science (DOI: 10.1126/science.1200970),60.
- Erestel. (2015). *Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones*. Perú: Erestel.

- Ortega, C. J. (2004). Redes de aprendizaje y curriculum intercultural. (E. S. Pedagogía., Ed.) *Actas del XIII Congreso Nacional y II Iberoamericano de Pedagogía.*
- Vásquez, Á. V. (2005). *Experiencias de usos de tecnologías de información y comunicación de programas de protección social en América Latina y el Caribe.* Santiago de Chile: Naciones Unidad Cepal.