

Hiperconectividad de las generaciones TIC con respecto a internet/redes sociales

Hyperconnectivity of the TIC generations with respect to the internet/social networks

Yeimmy Paola Ramírez Macías¹
Breyner Stihuar Garzón Torres²

Citar este documento:

Ramírez-Macias, Yeimmy Paola, Garzón-Torres Breyner Stihuar. Hiperconectividad de las generaciones TIC con respecto a internet/redes sociales. Revista Technol.Investig.Academia TIA, ISSN: 2344-8288, 10 (1), pp. 25-56. Bogotá-Colombia.

¹ yepramirezm@correo.udistrital.edu.co, Ingeniera en telemática, Egresada de la Universidad Distrital Francisco José De Caldas, ORCID: 0000-0003-0198-3777, Bogotá, Colombia.

² bsgarzont@correo.udistrital.edu.co, Ingeniero en telemática, Egresado de la Universidad Distrital Francisco José De Caldas, ORCID: 0000-0001-5327-8928, Bogotá, Colombia

Resumen

Con el auge de las tecnologías móviles, web, internet, planes de datos, etc., se podría pensar o creer que esta facilidad en la conectividad podría ayudarnos a ser eficientes o permitirnos crecer en cuanto a capacidades, conocimientos o habilidades, ya que estaríamos a solo un clic de una basta cantidad de información 100% disponible de forma online. El objetivo de este artículo es evidenciar si esta conectividad muchas veces más que un beneficio, generan malos hábitos en la vida, debido al tiempo de conectividad al que llegamos a estar expuestos.

Palabras clave: Hiperconectividad, infoxicación, redes sociales, generaciones tic's, era digital, conectividad.

Abstract

With the rise of mobile technologies, web, internet, data plans, etc., one might think or believe that this ease of connectivity could help us to be efficient or allow us to grow in terms of capacities, knowledge or skills, since we would be just one click away from a vast amount of information 100% available online. The objective of this article is to show if this connectivity, many times more than a benefit, tends to tie us to a vice or generate bad habits in our lives, due to the time of connectivity to which we are exposed.

Keywords: Hyperconnectivity, infoxication, social networks, Tic generations, digital age, connectivity.

I. Introducción

¿Conoces qué es hiperconectividad? La hiperconectividad es un concepto que sintetiza la situación actual del ser humano en la cual vive conectado permanentemente a la información a través de diferentes dispositivos como la radio, la televisión, internet y el teléfono celular [1].

Debido al crecimiento y avance tecnológico en los últimos años se evidencia que los medios de comunicación de masas han dado paso a una forma de comunicación directa y permanente entre los usuarios, posibilitando a través de la tecnología digital que, primero, permite la creación de dispositivos fijos que podrían conectarse a la Red y, posteriormente, dispositivos móviles que no solo mantienen, sino que aumentan las posibilidades comunicativas de los individuos [2].

Desde esta perspectiva, es evidente que la hiperconectividad no solo está ligada a temas laborales o académicas, si no también, al entretenimiento y ocio tales como redes sociales y/o videojuegos [2], los cuales, por lo general, suelen bombardearnos con información, productos, publicidad, contenido, etc., y así generando un círculo vicioso que hace que las personas quieran seguir conectadas constantemente, Y de esta manera generando adicciones y vicios dados por el mal uso y abuso que se le dan a estas herramientas tecnológicas.

Algunas consecuencias que pueden aparecer por el abuso de estas herramientas pueden ser:

1. Padecer ansiedad o FOMO.
2. Anular la creatividad.
3. Pérdida de análisis crítico de la realidad, distorsiones cognitivas.
4. Fomentar el aislamiento, problemas de socialización.
5. Comportamientos compulsivos.
6. Aumentar el riesgo de sufrir depresión.
7. Problemas de sueño. [3]

De acuerdo con lo anterior, hoy en día se evidencia una realidad que probablemente no resulte ajena para los más jóvenes y que está impactando en los individuos sin importar sus conocimientos tecnológicos, edad, género y condición social; por lo que en tal sentido no resulta extraño ver a personas mayores utilizando herramientas electrónicas con la facilidad de los nativos digitales [4], generando así una brecha más cercana entre las diferentes generaciones TIC.

II. Marco teórico

A continuación, se describe un conjunto de conocimientos que permiten orientar esta investigación, y ofrecen una conceptualización adecuada de los términos que se emplearán para abordar el problema planteado.

2.1 Las generaciones TIC

El proceso de adopción tecnológica ha sido tan acelerado en los últimos años que ha logrado permear de forma masiva en todos los segmentos de edad de la población. Aunque el uso de Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) se ha democratizado entre los distintos segmentos de edad, aún persisten diferencias significativas en torno a la intensidad de uso de estas herramientas tecnológicas [5].

- **Generación “Z”:** La generación Z, también conocida como Zillennials, comprende (2001 - 2016) es una generación que se asemeja a los millennials la verdad es que tienen rasgos muy definidos lo que se verá más adelante.

Actualmente los primeros integrantes de la Generación Z se encuentran en una etapa ya sea a punto de terminar su vida universitaria o ya en busca de un empleo, mientras que los más jóvenes se ven en el dilema de elegir una carrera para estudiar [6].

- **Millennials:** (1981-2000). El término millennials cobija a la generación que se hizo mayor de edad con la entrada del tercer milenio. Las características de los millennials varían según la región y sus condiciones socioeconómicas, pero por lo general se identifican por el uso masivo de las redes sociales y ser “nativos digitales” [7].
- **Generación “X”:** Generación X es un término que se emplea para referirse a la generación de personas nacidas, aproximadamente, a mediados de los años 1965 y 1980. También es conocida como la generación Peter Pan o generación MTV, por el canal de televisión [8].
- **Baby Boomers:** Nacidos de 1946 a 1964 y tienen entre 55 y 73 años. Este grupo pone en valor el trabajo, la constancia, la honestidad y la fidelidad. Consideran que su empresa es la única de toda su carrera porque en su balanza el peso tiende a la seguridad y estabilidad que esta le proporciona personalidad propia o de la forma de ser del que tengo justo delante [9].

2.2 Redes sociales

Actualmente existen diversas definiciones para este término, dentro de los más destacados se encuentran:

- Haciendo referencia al ámbito virtual, son sitios y aplicaciones que operan en diversos ámbitos a nivel interpersonal y de esta manera, permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas [10].
- Son comunidades formadas por personas y organizaciones de diversas culturas que se relacionan entre sí por medio de plataformas de Internet con el fin de compartir sus diferentes intereses [11] [12].

Algunas de las principales redes sociales para compartir contenido son:

- **Instagram:** Instagram es una red social que fue fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger. Juntos lanzaron en octubre del 2010 la primera versión y además, al principio solo estaba disponible para el sistema operativo IOS de Apple. Principalmente, se utiliza Instagram para subir fotos y vídeos de corta duración. Además, tiene numerosas herramientas para retocar y modificar fotografías y vídeos. Instagram es una red social que está pensada para ser utilizada directamente desde un smartphone [13].
- **Facebook:** Es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad. Es una red usada por personas de rangos de edad muy amplios, los cuales acostumbran a utilizarla a diario. Ésta, a pesar de ser tan popular, no está exenta de polémica. Las continuas variaciones en sus políticas de privacidad en los últimos años hacen que muchas personas se planteen la seguridad de publicar en ella. Sin embargo, siguiendo unas mínimas pautas, es posible publicar sin que la seguridad de los datos se vea afectada de ninguna manera [14] [15]. Por otra parte, una de las principales aplicaciones de mensajería instantánea es:
- **WhatsApp:** Es una aplicación de mensajería instantánea, la cual, se caracteriza por la inmediatez de la comunicación y por la posibilidad de enviar mensajes de texto, de sonido, imágenes, vídeo e incluso animaciones o documentos de cualquier tipo. Es una app instalada en la mayoría de los teléfonos móviles que hay en el mercado [16] [17]. Cabe recalcar que uno de los buscadores más utilizados es:
- **Google:** Es el motor de búsqueda de contenido en Internet que lleva su mismo nombre. Google se ejecuta a través de más de un millón de servidores en los centros de datos de todo el mundo, y procesa más de mil millones de solicitudes de búsqueda y veinte petabytes de datos generados por los usuarios cada día [18].

2.3 Era digital

La era digital es el momento histórico de síntesis de información, esto es, la búsqueda incansable de descifrar la unidad mínima de información que se puede establecer entre un transmisor y un receptor. Esta búsqueda responde, en cierto modo, al paradigma de la modernidad, en tanto persigue como fin inmediato la reducción del tiempo y optimización del espacio. En consecuencia, la humanidad quiere comunicarse más rápido; poder enviar y recibir mayores y más complejos paquetes de información, en tiempo real, al instante [19].

2.4 Infoxicación

La infoxicación es el exceso de información. Es, pues, lo mismo que el *information overload*. Es estar siempre «on», recibir centenares de informaciones cada día, a las que no puedes dedicar tiempo. Es no poder profundizar en nada, y saltar de una cosa a la otra. Es el «*working interruptus*». Es el resultado de un mundo en donde se prima la exhaustividad («todo sobre») frente a la relevancia («lo más importante») [20].

Las personas que creen que seguir todos los *inputs* que reciben estarán más informados, normalmente son los que están infoxicados. No es leer todo lo que está a tu alcance lo que te hace más informado, sino recibir información de calidad. Los que confunden cantidad de información con calidad son los más propensos a salir infoxicados. Estar todo el día conectado a decenas de fuentes confunde más que informa. La ansiedad por la información infoxica [20] [21].

2.4 Hiperconectividad

Un fenómeno reciente es el crecimiento masivo de la conectividad. Hay una tendencia manifiesta de conectar todo. A este fenómeno se le ha denominado la “hiperconectividad”. El concepto de hiperconectividad no es un término reciente, sino que fue transportado de la interconexión neuronal [22].

La hiperconectividad es un concepto que sintetiza la situación actual del ser humano en la cual vive conectado permanentemente a la información a través de diferentes dispositivos como la radio, la televisión, internet (más aun con el Wi-Fi) y el teléfono celular (potenciado con los mensajes de texto) [23].

La hiperconectividad constituye quizá el símbolo más nítido de la globalización. El salto tecnológico que significó el uso masivo de Internet y su consecuente impacto en el mundo de las comunicaciones determinó en una era donde, además, desde la perspectiva económica se instauraba un auge de la apertura comercial que las fronteras se difuminaran y que las dimensiones de tiempo y espacio perdieran relevancia. [24]

2.4.1 Enfermedades por hiperconectividad

A continuación, se listan los principales trastornos que se generan por la hiperconectividad:

- **Nomofobia:** Describe la angustia causada por no tener acceso al celular. Sus principales síntomas son la alteración en el sueño, angustia, palpitaciones, desesperación, malas relaciones interpersonales, entre otros [25].
- **Ciber mareo:** es una reacción desfavorable a nivel físico, el cual, es producido por el uso de tecnologías de realidad virtual [26].

- **Depresión del Facebook:** Una de las principales causas es el aislamiento social y el bajo autoestima al comparar la vida de un individuo con el contenido que se encuentra en esta plataforma [27].
- **Dependencia de Internet:** Es un trastorno que se caracteriza por la necesidad de estar todo el tiempo conectado a internet. Sus principales síntomas son la alteración del sueño, malas relaciones interpersonales, bajo rendimiento académico o labora, entre otros [28].
- **Dependencia de videojuegos en línea:** Es una adicción que se genera cuando una persona crea un patrón recurrente de juego online. Dentro de sus principales síntomas se encuentra la obsesión por los videojuegos, pérdida de noción del tiempo, insomnio, entre otros [29].
- **Cibercondría:** es un trastorno que se deriva de la hipocondría y se relaciona con la búsqueda de diversos síntomas en internet para relacionar algún diagnóstico. Uno de los principales síntomas es el miedo disfuncional a la muerte [30].
- **Efecto Google.** Es cuando el cerebro tiende a olvidar información como consecuencia de la posibilidad de acceder a ella en cualquier momento mediante una consulta por internet. [25].

III. Metodología

El estudio se desarrolló de acuerdo con el método inductivo, en el cual, solo se tomó una única medición en una sola ocasión en el tiempo, por lo tanto, fue un estudio descriptivo transversal. Se definió una encuesta digital que fue elaborada mediante la herramienta Google Forms:

El instrumento de encuesta se difundió a través de correos electrónicos y diversas redes sociales como WhatsApp, Facebook y Viber. La encuesta está orientada a personas de diversas edades que reside en la ciudad de Bogotá, Colombia.

Con base a la hipótesis planteada previamente, se logró realizar el desarrollo de la encuesta que cuenta con 12 preguntas. Las dos primeras preguntas se centran en la identificación del género y la clasificación de las generaciones TIC de los individuos. Adicionalmente las ultimas 10 preguntas se relaciona con la hiperconectividad. La encuesta se aplicó a un grupo de 293 personas, que se encuentran en diversos rangos de edades y formación académica.

Tabla 1. Población encuestada

Rango Edad	Genero		
	Femenino	Masculino	Prefiero no decirlo
10-19 años	37	13	2
20-29 años	73	50	4
30-39 años	34	37	
40-49 años	16	16	
50 años en adelante	7	4	

Fuente: Propia

Los resultados obtenidos de esta encuesta fueron procesados y analizados mediante la herramienta PowerBI, la cual, tiene la capacidad de presentar de forma atractiva múltiples datos extremadamente complejos, en un único panel [31].

A continuación, se muestran las preguntas planteadas en la encuesta realizada:

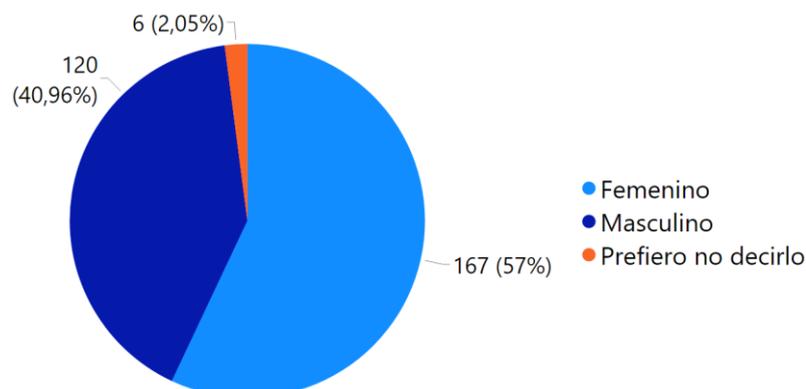
1. ¿Con qué género te identificas?
2. ¿Dentro de qué rango de edad te encuentras?
3. ¿Con qué frecuencia te conectas a internet/redes sociales en el transcurso del día?
4. Cuando te encuentras en alguna actividad social. ¿Sueles estar pendiente de tu smartphone?
5. Si te encuentras en una reunión social y tu teléfono se queda sin batería y no tienes acceso a un cargador, ¿llegarías a considerar la posibilidad de regresar a tu hogar?
6. ¿Has interrumpido actividades laborales o académicas por conectarte a redes sociales o juegos?
7. ¿Te preocupa el no estar conectado a internet o dejar el smartphone en tu hogar?
8. ¿Sueles manejar dos o más dispositivos al mismo tiempo? (smartphones, Tablets, Computadores)
9. ¿Revisas constantemente que tu smartphone se encuentra contigo?
10. ¿Con qué frecuencia revisas tus aplicaciones personales de chat, correo electrónico, redes sociales y juegos?
11. A nivel personal, ¿Se te dificulta estar varios días sin usar internet, redes sociales o juegos?
12. ¿Con qué frecuencia ingresas a las siguientes plataformas?

IV. Resultados y análisis

Una vez analizados los datos adquiridos, se obtuvieron los siguientes resultados para cada una de las preguntas propuestas:

1. Para la pregunta ¿Con qué género te identificas? Se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 1. Encuesta por género



Fuente: Propia

Se encontró que del total de las personas encuestadas el 57% fueron mujeres, el 40.96% fueron hombres y un 2.04% prefirieron no especificarlo.

2. Para la pregunta ¿Dentro de qué rango de edad te encuentras? Se obtuvieron los siguientes resultados:

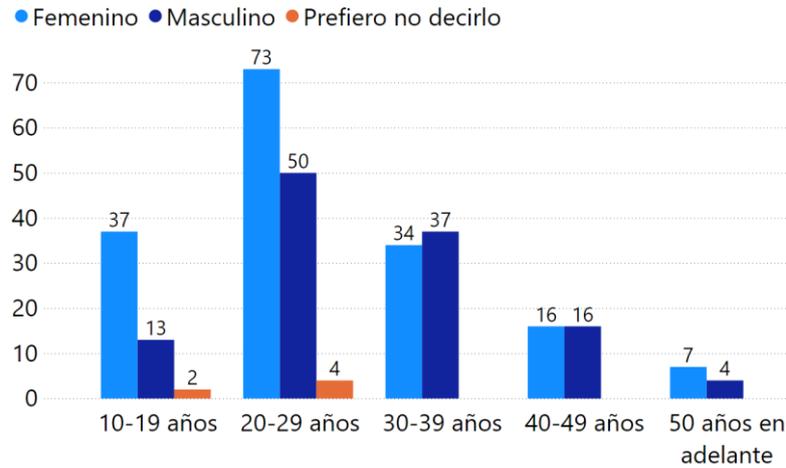


Figura 2. Rango edad género 1. Fuente: Propia

Se evidencia que la mayoría de los encuestados fueron mujeres y hombres que encuentran en el rango de edades entre los 20 a los 29. Este rango de edad corresponde al 43.34% de la población encuestada.

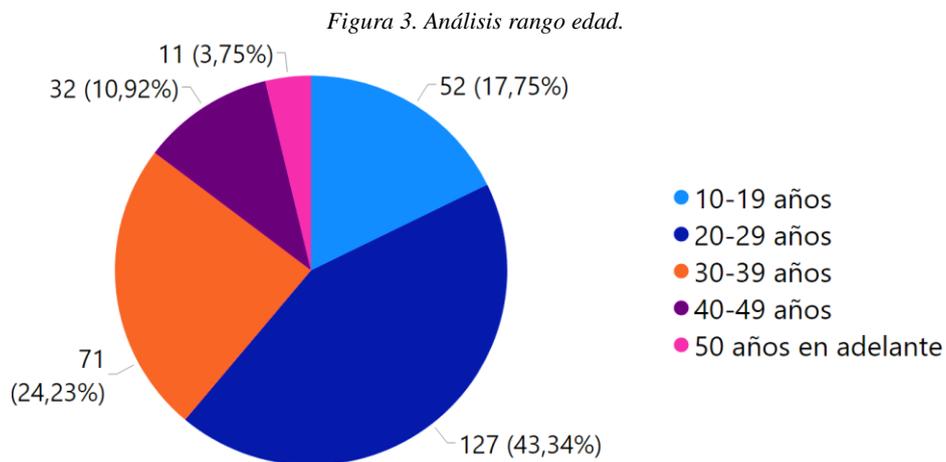


Figura 4. Análisis rango edad. Fuente: Propia

3. Para la pregunta, ¿Con qué frecuencia te conectas a internet/redes sociales en el transcurso del día? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

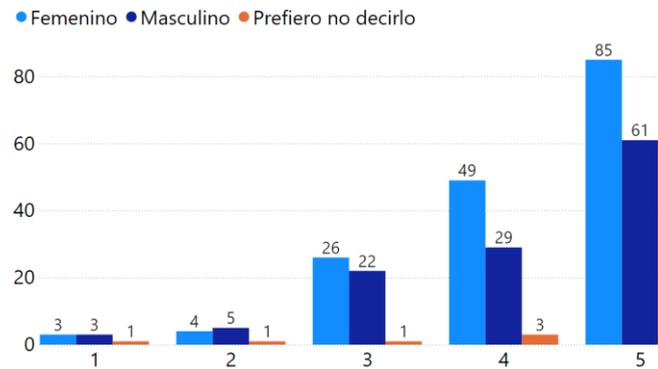


Figura 5. Análisis conectividad internet/redes 1. Fuente: Propia

Se evidencio que las mujeres son las que más se conectan a internet/redes sociales en el transcurso del día. De acuerdo con lo anterior, se estima que cerca del 46% de las mujeres encuestadas se conecta frecuentemente.

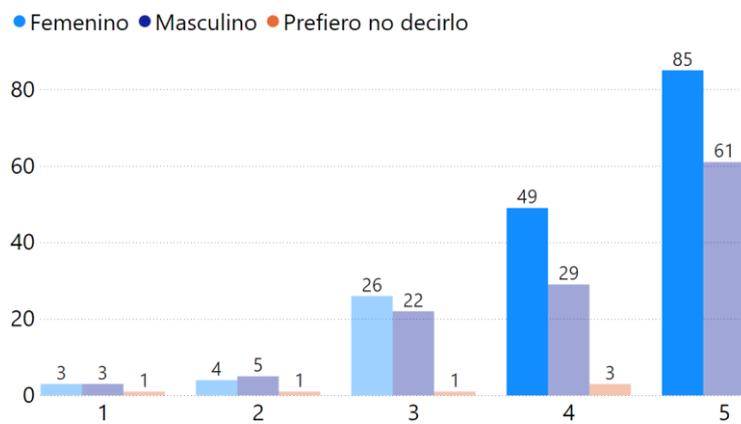


Figura 6. Análisis conectividad internet/redes 2. Fuente: Propia

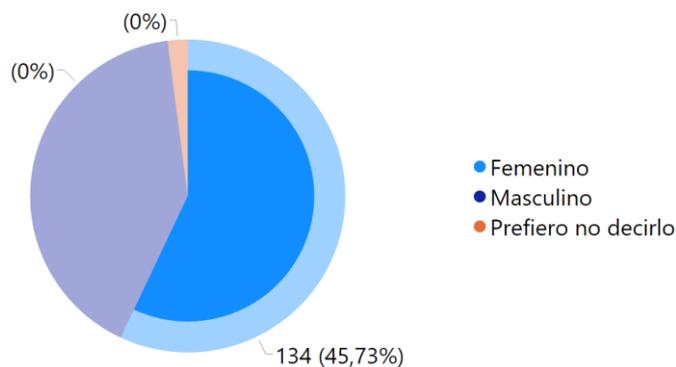


Figura 7. Análisis conectividad internet/redes Fuente: Propia

Adicionalmente se evidencia que el rango de edad no perjudica el grado de conectividad del género femenino.

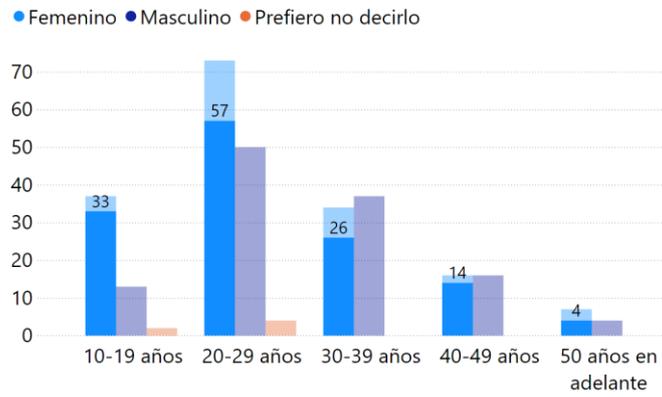


Figura 8. Análisis conectividad internet/redes 4. Fuente: Propia

4. Para la pregunta, Cuando te encuentras en alguna actividad social. ¿Sueles estar pendiente de tu smartphone? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

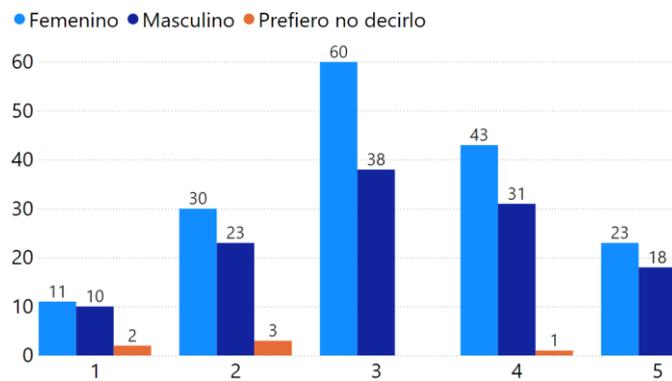


Figura 9. Análisis verificación acompañamiento dispositivo 1..Fuente: Propia

Se evidencio que las mujeres son las que suelen estar frecuentemente pendientes de su teléfono celular en actividades sociales.

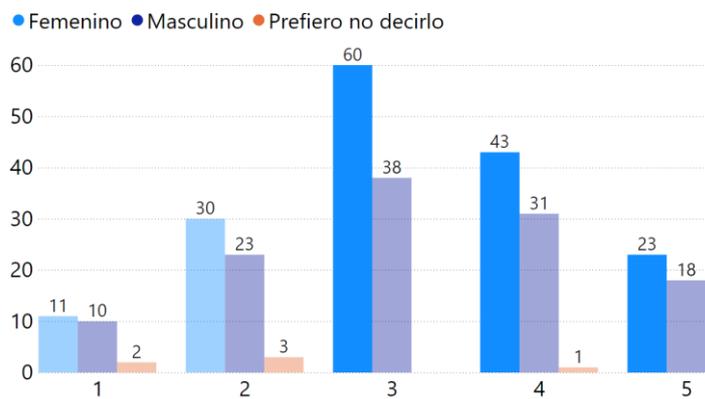


Figura 10. Análisis verificación acompañamiento dispositivo 1. Fuente: Propia

Cerca del 43% de las mujeres encuestadas tienen este hábito.

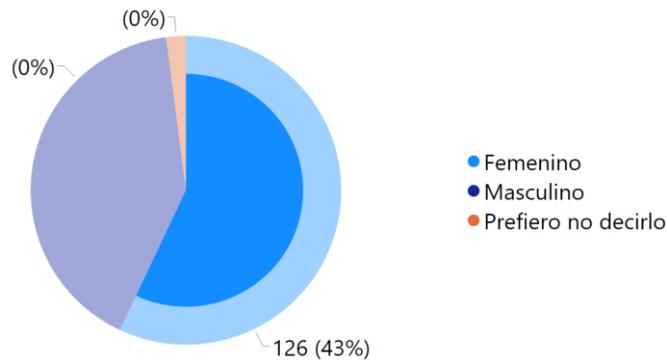


Figura 11. Análisis verificación acompañamiento dispositivo 2. Fuente: Propia

5. Para la pregunta, Si te encuentras en una reunión social y tu teléfono se queda sin batería y no tienes acceso a un cargador, ¿llegarías a considerar la posibilidad de regresar a tu hogar? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

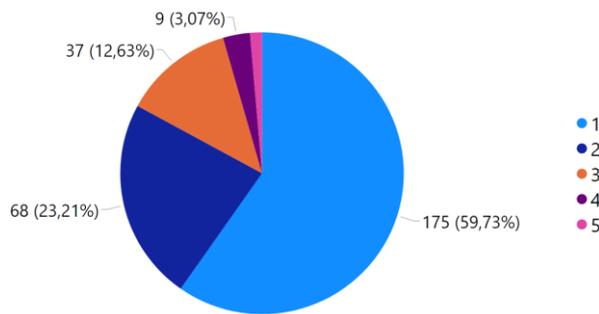


Figura 12. Análisis retorno hogar 1..Fuente: Propia

Se evidencio que el 40.27% de los encuestados seria capaces de retornar a su hogar porque su teléfono se quedó sin batería y no tienen acceso a un cargador. De acuerdo con esto, se evidencia que del total de las personas que probablemente retornarían a su hogar por este motivo, el 23.89% son mujeres y el 16.38% son hombres.

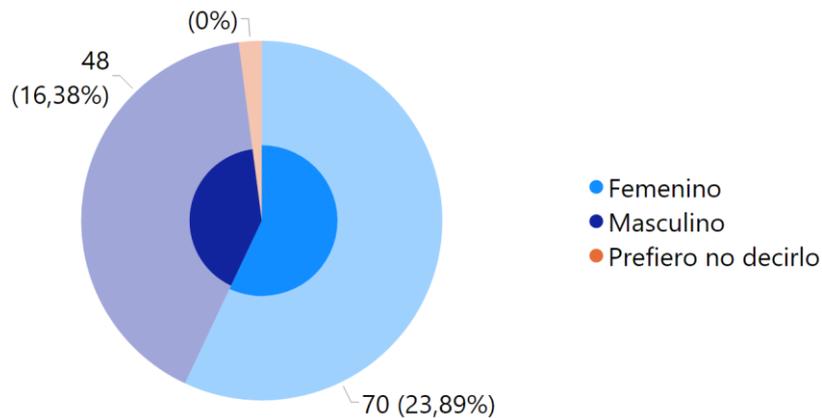


Figura 13. Análisis retorno hogar 2. Fuente: Propia

Adicionalmente, se evidencia que las personas de 20 a 29 años son las que tendrían más probabilidad de regresar a su hogar por esta razón.

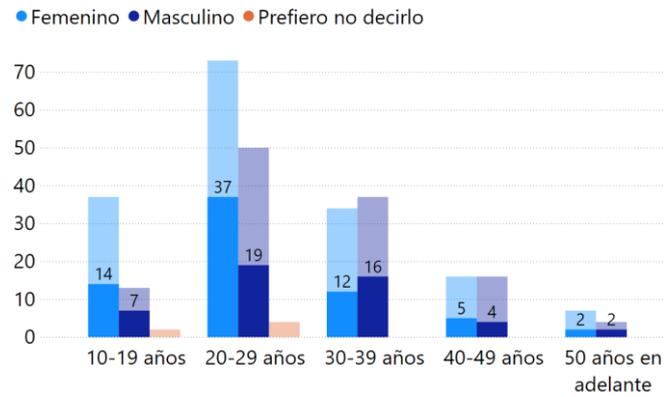


Figura 14. Análisis retorno hogar 3. Fuente: Propia

6. Para la pregunta, ¿Has interrumpido actividades laborales o académicas por conectarte a redes sociales o juegos? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis.

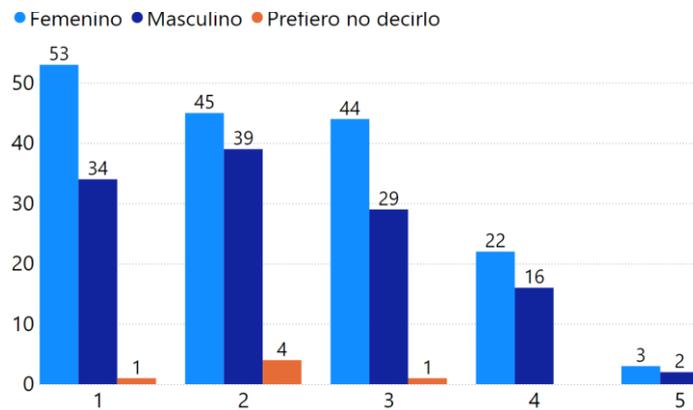


Figura 15. Análisis interrupción actividades 1. Fuente: Propia

Se analiza que las mujeres son las que más interrumpen sus actividades académicas o laborales para conectarse a redes sociales o juegos. De acuerdo con lo anterior, se evidencia que las personas de 20 a 29 años son las que más interrumpen sus actividades académicas o laborales para conectarse a redes sociales o juegos.

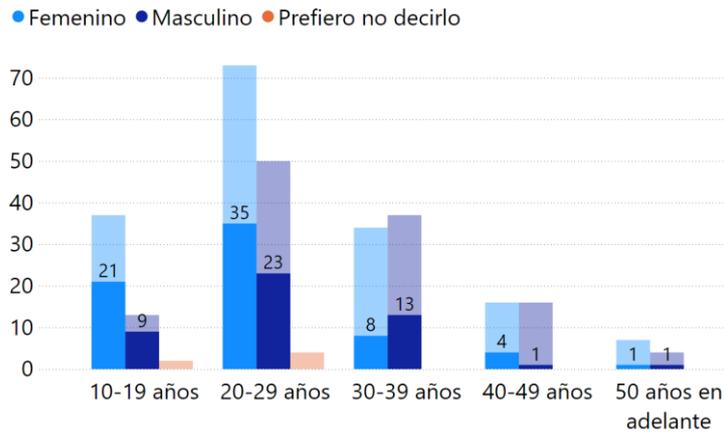


Figura 16. Análisis interrupción actividades 2. Fuente: Propia

7. Para la pregunta, ¿Te preocupa el no estar conectado a internet o dejar el smartphone en tu hogar? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

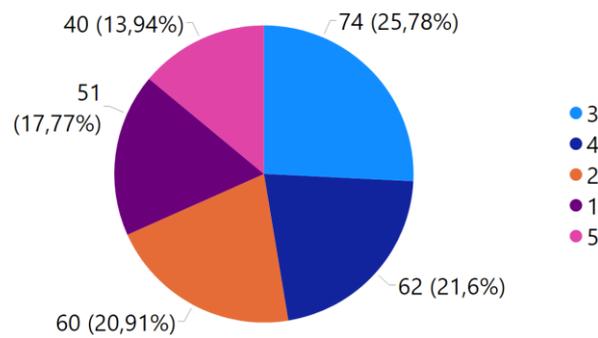


Figura 17. Análisis conectividad internet 1. Fuente: Propia

Se evidencia que el 61.32% de los encuestados sienten algún tipo de preocupación por no estar conectados a internet o dejar sus smartphones en su hogar. Para lograr interpretar los resultados obtenidos en la presente pregunta, se segmentaron de forma individual los datos por género masculino y femenino. Para el total del género masculino encuestado el 60.83% les preocupa el no estar conectados a internet o dejar sus smartphones en el hogar.

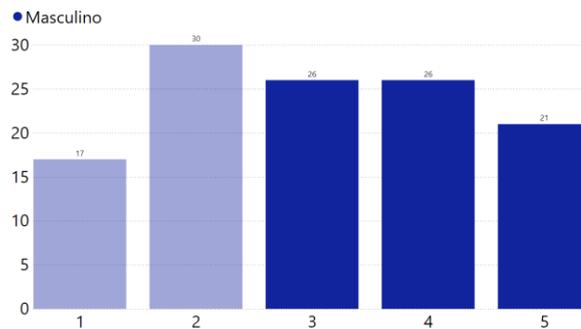


Figura 18. Análisis conectividad internet 1. Fuente: Propia

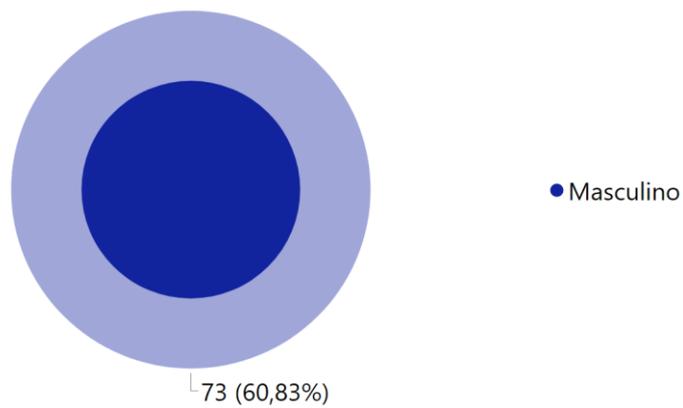


Figura 19. Análisis conectividad internet 2. Fuente: Propia

Por otro lado, para el total del género femenino aproximadamente el 61.68% les preocupa el no estar conectadas a internet o dejar sus smartphones en el hogar.

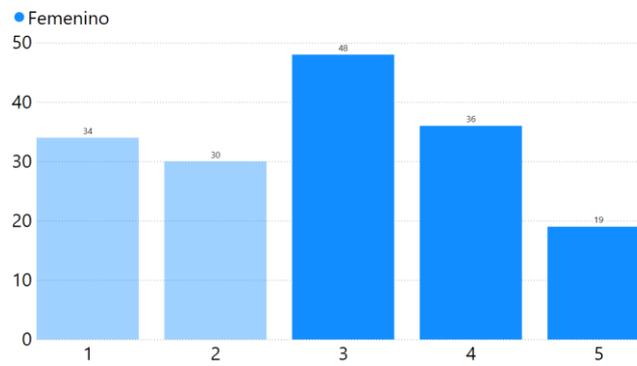


Figura 20. Análisis conectividad internet 3. Fuente: Propia

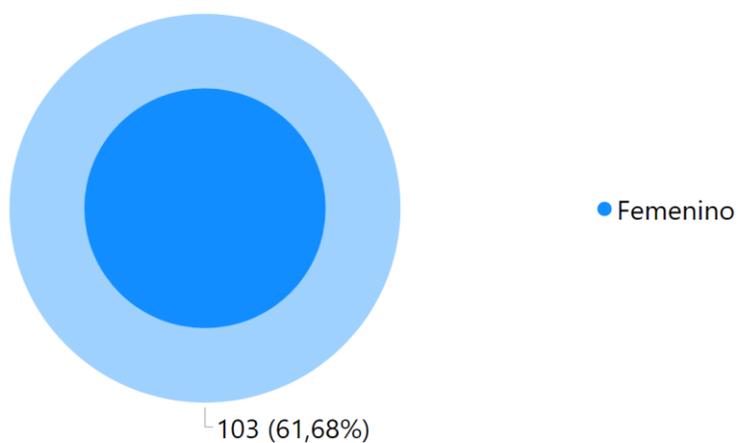
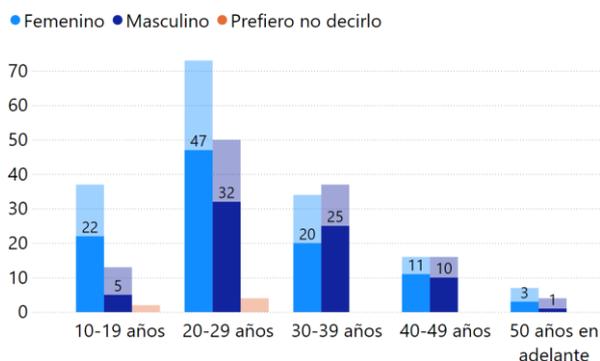


Figura 21. Análisis conectividad internet 4. Fuente: Propia

Adicionalmente, se evidencia que más del 60% de la población femenina y masculina encuestada de 20 a 29 años les preocupa el no estar conectados a internet o dejar sus smartphones en el hogar.

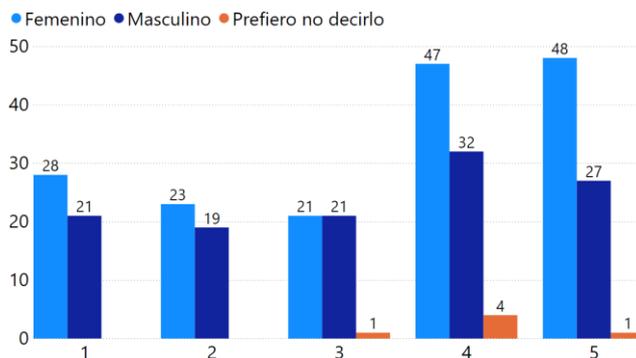
Figura 22. Análisis conectividad internet 5.



Fuente: Propia

8. Para la pregunta, ¿Sueles manejar dos o más dispositivos al mismo tiempo? (smartphones, Tablets, Computadores)

Figura 23. Análisis uso múltiples dispositivos.

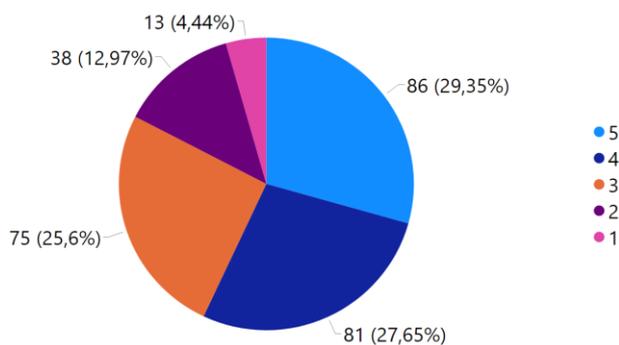


Fuente: Propia

Se evidencia que las mujeres son quienes usan más de un dispositivo a la vez.

9. Para la pregunta, ¿Revisas constantemente que tu smartphone se encuentra contigo? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

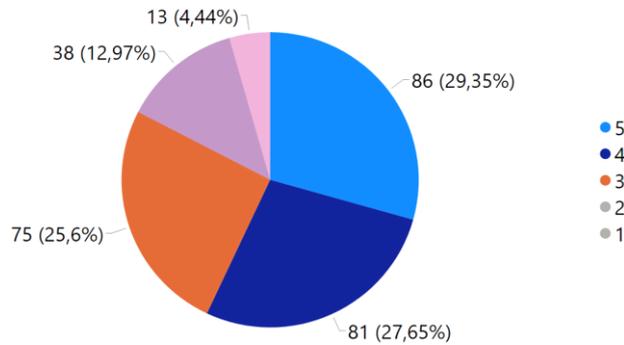
Figura 24. Análisis chequeo smartphone 1.



Fuente: Propia

Aproximadamente el 82% de los encuestados revisan frecuentemente que sus smartphones se encuentren con ellos.

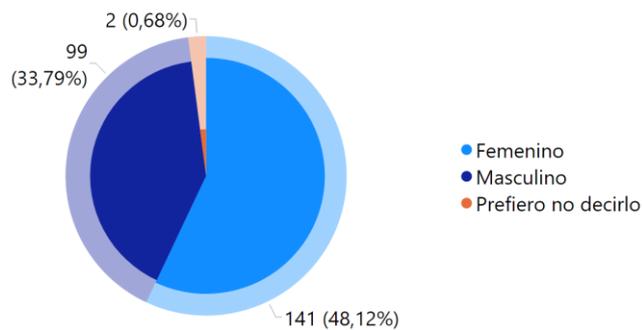
Figura 25. Análisis chequeo smartphone 2.



Fuente: Propia

Adicionalmente se evidencia el 48.12% de la población femenina encuestada revisan constantemente que sus smartphones se encuentren con ellas, mientras que la población masculina solo el 33.79%.

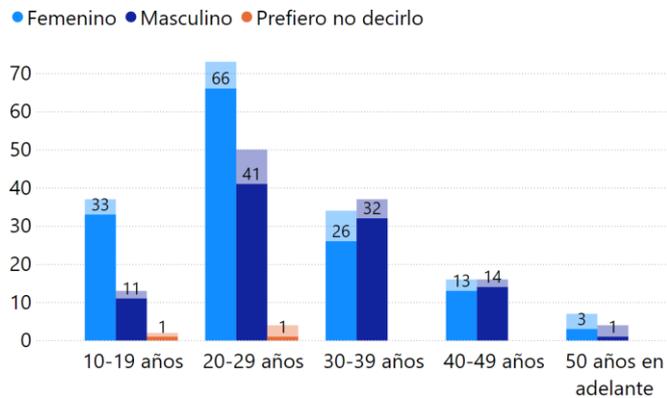
Figura 26. Análisis chequeo smartphone 3.



Fuente: Propia

Adicionalmente se evidencia que las personas de 20 a 29 años son las que más revisan constantemente que sus smartphones se encuentren con ellas.

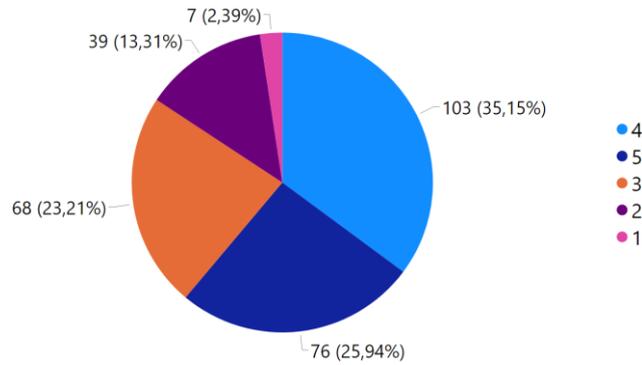
Figura 27. Análisis chequeo smartphone 4.



Fuente: Propia

10. Para la pregunta, ¿Con qué frecuencia revisas tus aplicaciones personales de chat, correo electrónico, redes sociales y juegos? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

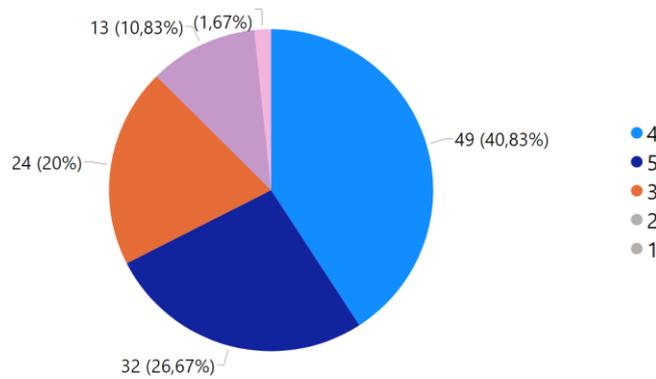
Figura 28. Análisis chequeo aplicaciones personales 1.



Fuente: Propia

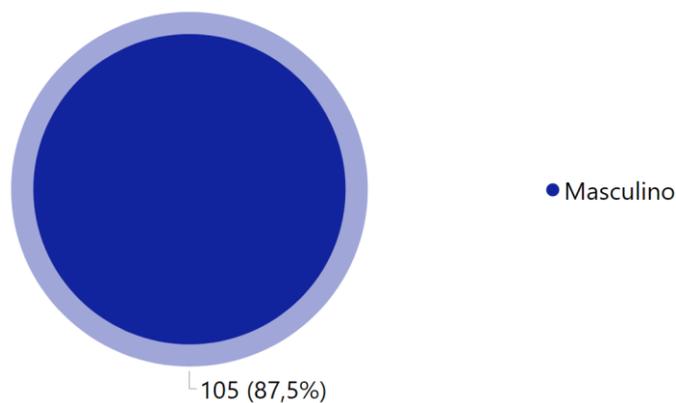
Para lograr interpretar los resultados obtenidos en la presente pregunta, se segmentaron de forma individual los datos por género masculino y femenino. Para el total del género masculino encuestado se evidencia que cerca del 87% revisan con frecuencia sus aplicaciones personales de chat, correo electrónico, redes sociales y juegos.

Figura 29. Análisis chequeo aplicaciones personales 2.



Fuente: Propia

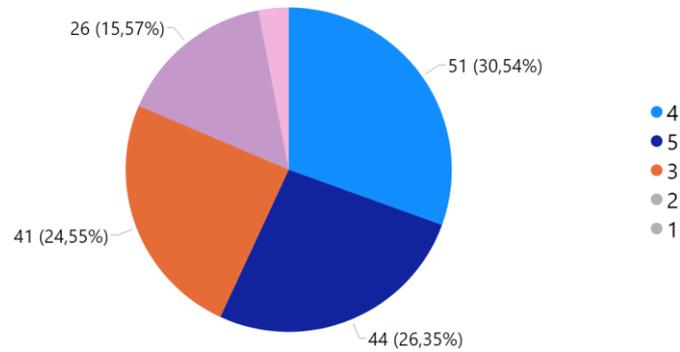
Figura 30. Análisis chequeo aplicaciones personales 3.



Fuente: Propia

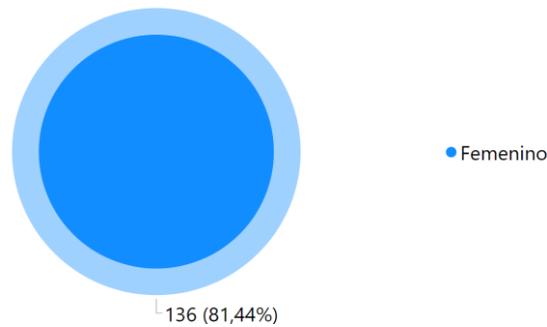
Por otra parte, para el total del género femenino encuestado se evidencia que el 81.44% revisan con frecuencia sus aplicaciones personales de chat, correo electrónico, redes sociales y juegos.

Figura 31. Análisis chequeo aplicaciones personales 4.



Fuente: Propia

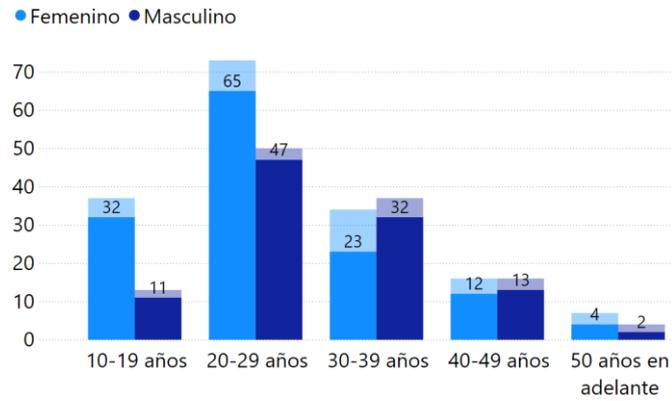
Figura 32. Análisis chequeo aplicaciones personales 5.



Fuente: Propia

Adicionalmente, se evidencia que las personas de 20 a 29 años son las que más revisan con frecuencia sus aplicaciones personales de chat, correo electrónico, redes sociales y juegos.

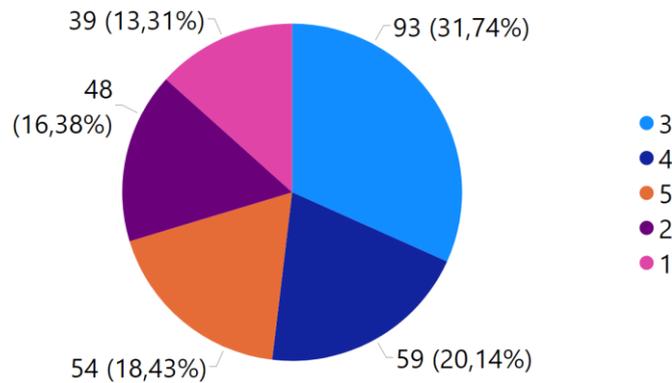
Figura 33. Análisis chequeo aplicaciones personales 6.



Fuente: Propia

11. Para la pregunta, a nivel personal, ¿Se te dificulta estar varios días sin usar internet, redes sociales o juegos? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

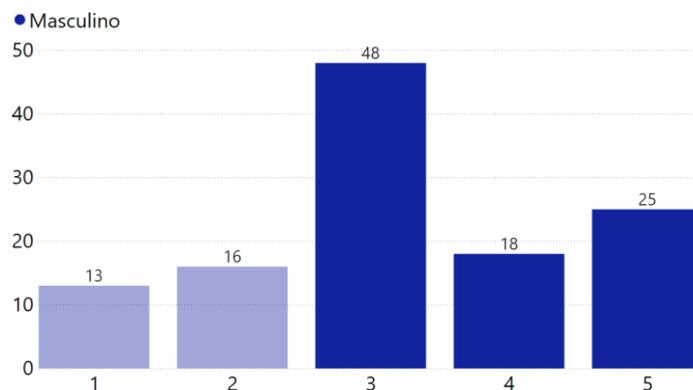
Figura 34. Análisis dificultad sin conexión a redes sociales/internet 1.



Fuente: Propia

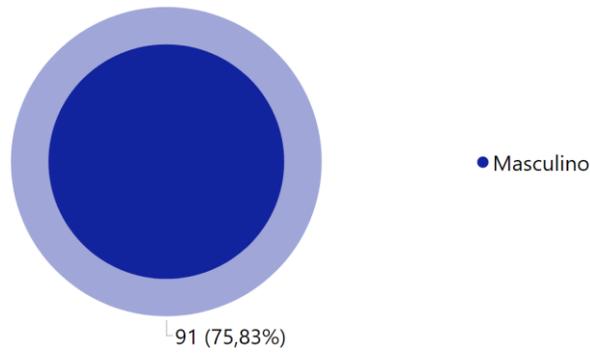
Para lograr interpretar los resultados obtenidos en la presente pregunta, se segmentaron de forma individual los datos por género masculino y femenino. Para el total del género masculino encuestado se evidencia que aproximadamente el 75% se les dificulta estar sin internet, redes sociales o juegos por varios días.

Figura 35. Análisis dificultad sin conexión a redes sociales/internet 2.



Fuente: Propia

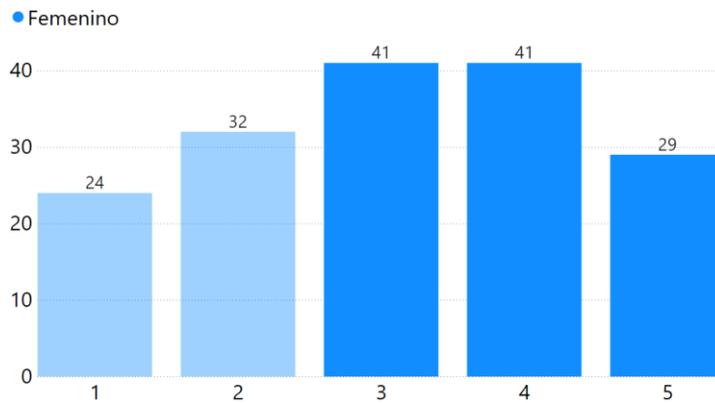
Figura 36. Análisis dificultad sin conexión a redes sociales/internet 3.



Fuente: Propia

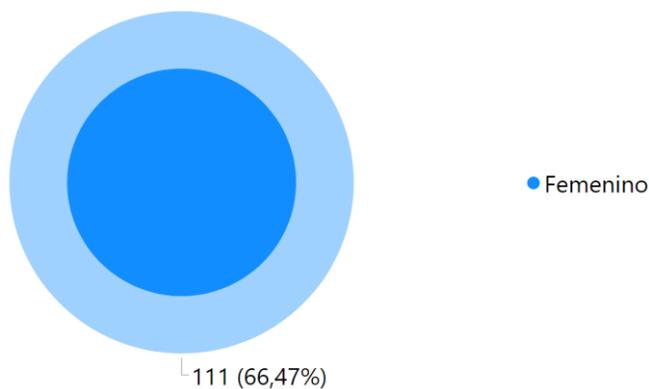
Por otra parte, para el total del género femenino se evidencia que cerca del 66% se les dificulta estar sin internet, redes sociales o juegos por varios días.

Figura 37. Análisis dificultad sin conexión a redes sociales/internet 4.



Fuente: Propia

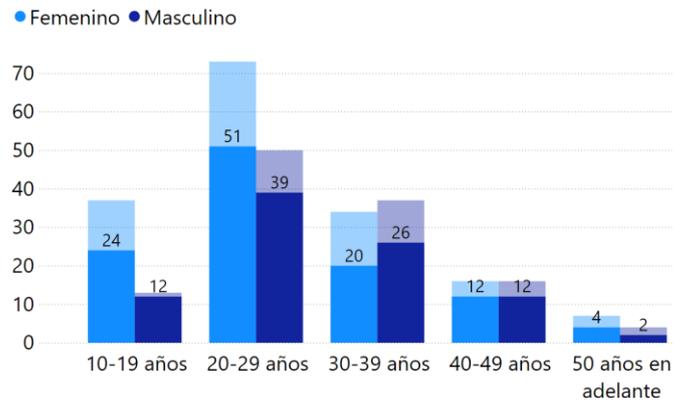
Figura 38. Análisis dificultad sin conexión a redes sociales/internet 5.



Fuente: Propia

Adicionalmente, se evidencia que las personas de 20 a 29 años son las que más se les dificulta estar sin internet, redes sociales o juegos por varios días.

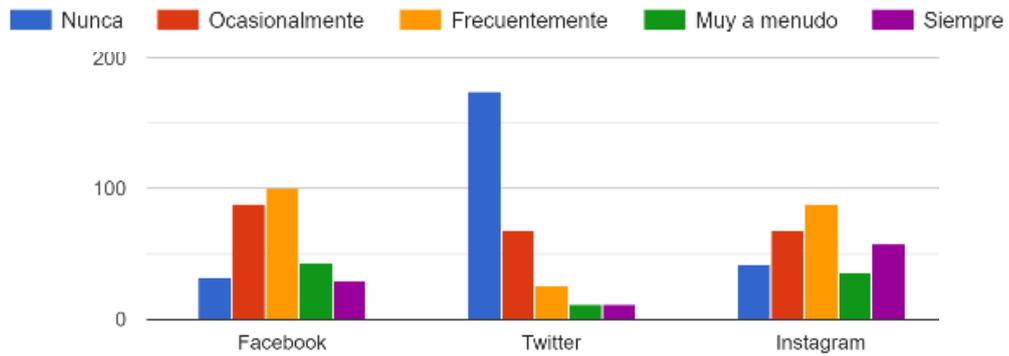
Figura 39. Análisis dificultad sin conexión a redes sociales/internet 6.



Fuente: Propia

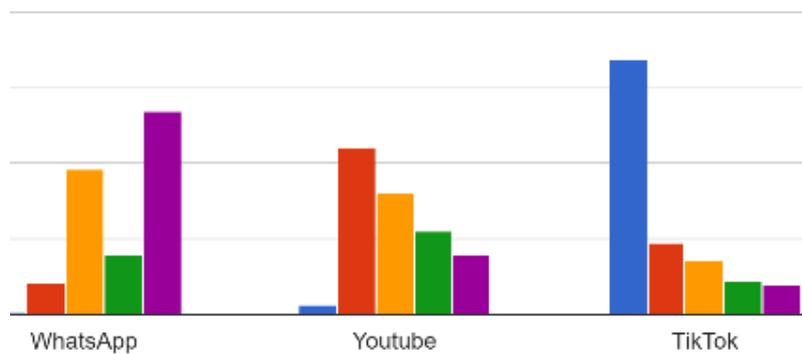
12. Para la pregunta, ¿Con qué frecuencia ingresas a las siguientes plataformas? Se obtuvieron los siguientes resultados y análisis:

Figura 40. Grafica plataformas usadas 1.



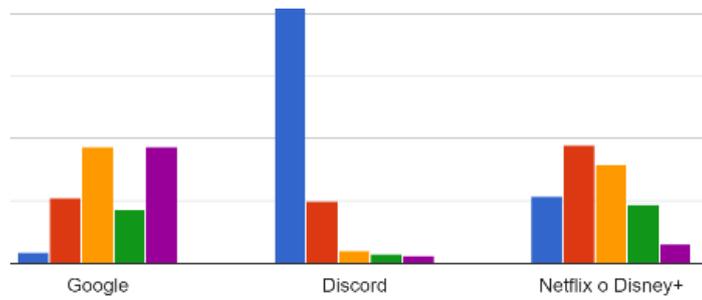
Fuente: [32]

Figura 41. Grafica plataformas usadas 2.



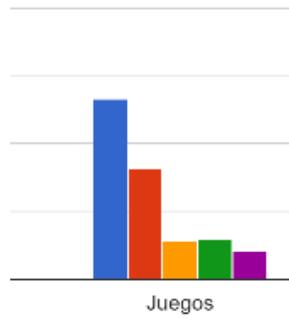
Fuente: [32]

Figura 42. Grafica plataformas usadas 3.



Fuente: [32]

Figura 43. Grafica plataformas usadas 3.

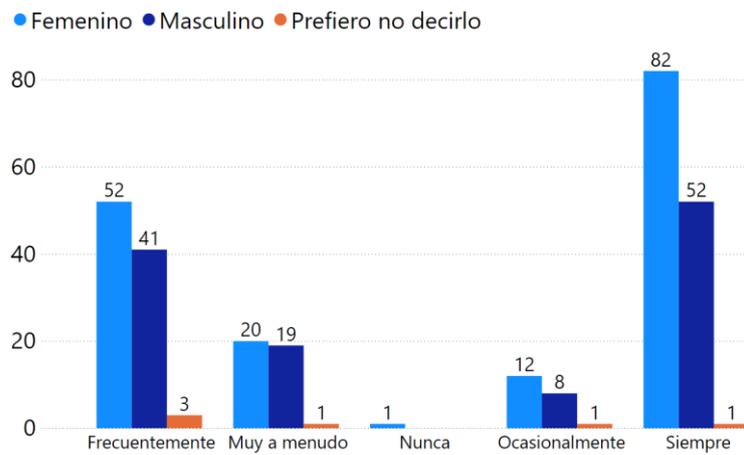


Fuente: [32]

Se evidencia que las redes sociales son los medios más utilizados, de los cuales se encuentran WhatsApp, Instagram y Facebook.

- Para WhatsApp, se obtuvieron los siguientes resultados:

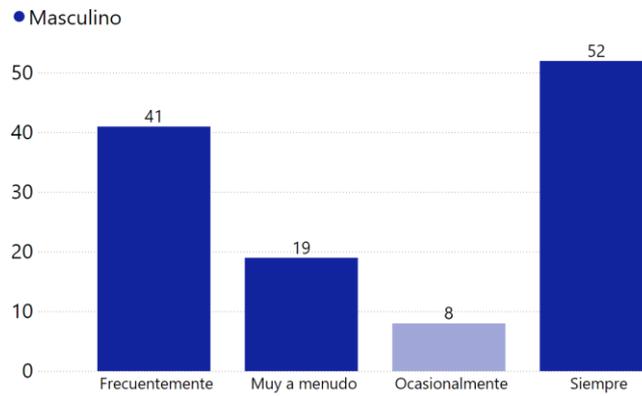
Figura 44. Análisis uso WhatsApp 1.



Fuente: Propia

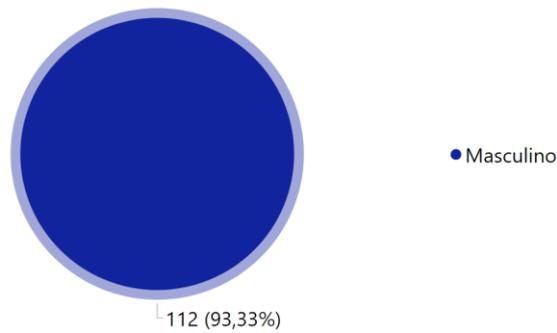
Para lograr interpretar los resultados obtenidos, se segmentaron de forma individual los datos por género masculino y femenino. Se evidencia que cerca del 93% de los hombres encuestados utilizan frecuentemente esta plataforma.

Figura 45. Análisis uso WhatsApp 2.



Fuente: Propia

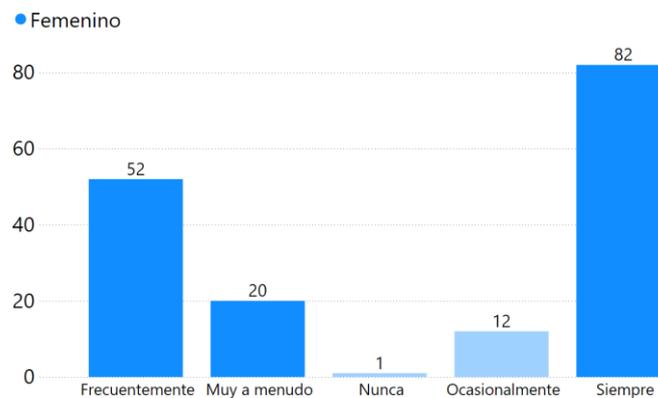
Figura 46. Análisis uso WhatsApp 3.



Fuente: Propia

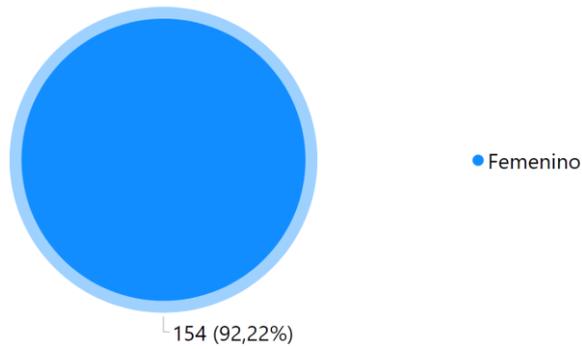
Por otra parte, se encuentra que solo el 92.22% de las mujeres encuestadas utilizan frecuentemente esta plataforma.

Figura 47. Análisis uso WhatsApp 4.



Fuente: Propia

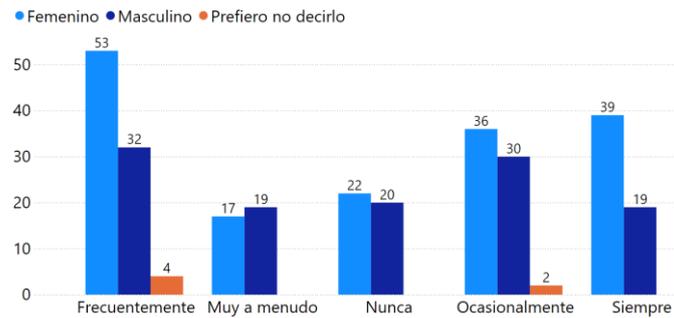
Figura 48. Análisis uso WhatsApp 5.



Fuente: Propia

- Para Instagram, se obtuvieron los siguientes resultados:

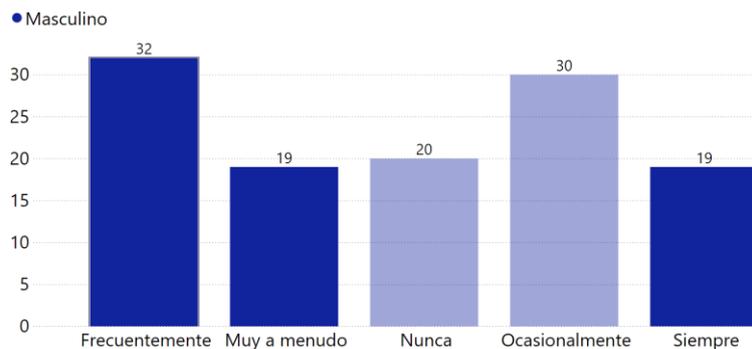
Figura 49. Análisis uso Instagram 1.



Fuente: Propia

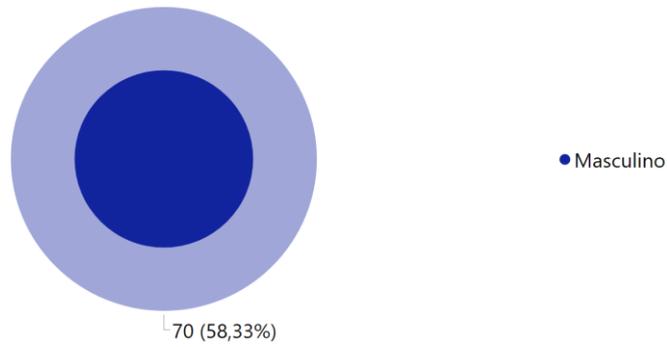
Para lograr interpretar los resultados obtenidos, se segmentaron de forma individual los datos por género masculino y femenino. Se evidencia que cerca del 58% de los hombres encuestados utilizan frecuentemente esta red social.

Figura 50. Análisis uso Instagram 2.



Fuente: Propia

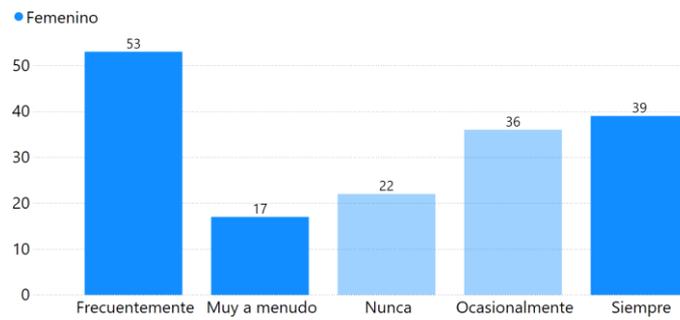
Figura 51. Análisis uso Instagram 3.



Fuente: Propia

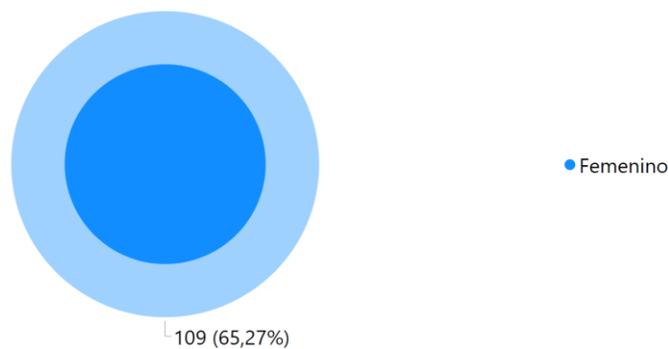
Por otra parte, se haya que el 65.27% de las mujeres encuestadas utilizan frecuentemente esta red social.

Figura 52. Análisis uso Instagram 4.



Fuente: Propia

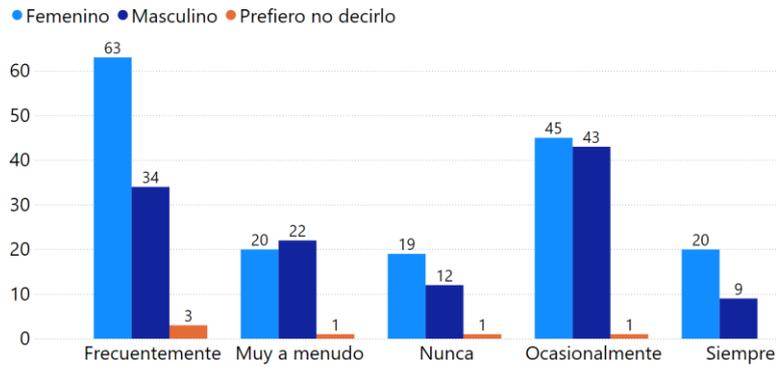
Figura 53. Análisis uso Instagram 5.



Fuente: Propia

- Para Facebook, se obtuvieron los siguientes resultados:

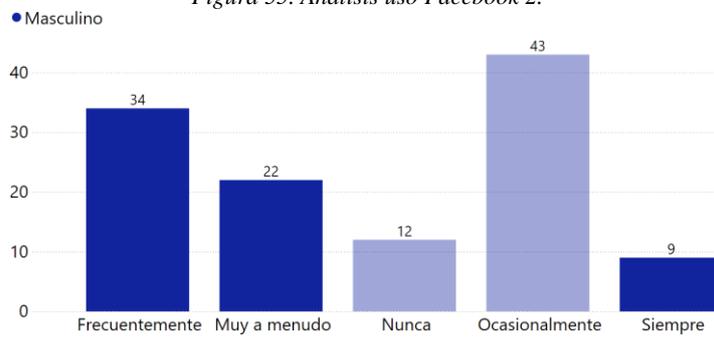
Figura 54. Análisis uso Facebook 1.



Fuente: Propia

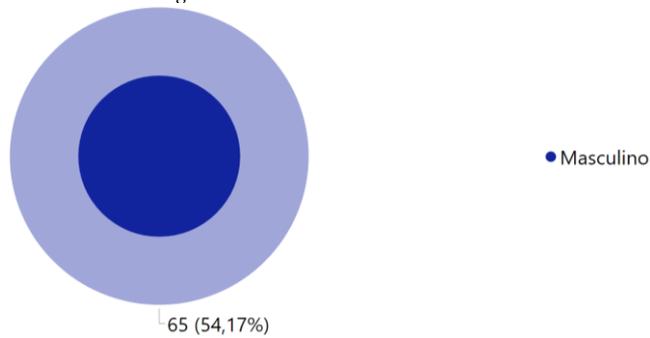
Se evidencia que cerca del 54% de los hombres encuestados utilizan frecuentemente esta red social.

Figura 55. Análisis uso Facebook 2.



Fuente: Propia

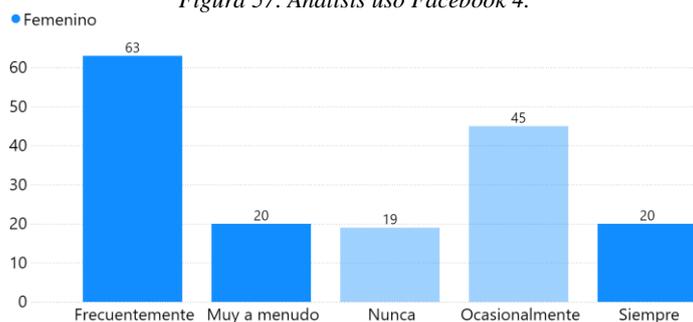
Figura 56. Análisis uso Facebook 3.



Fuente: Propia

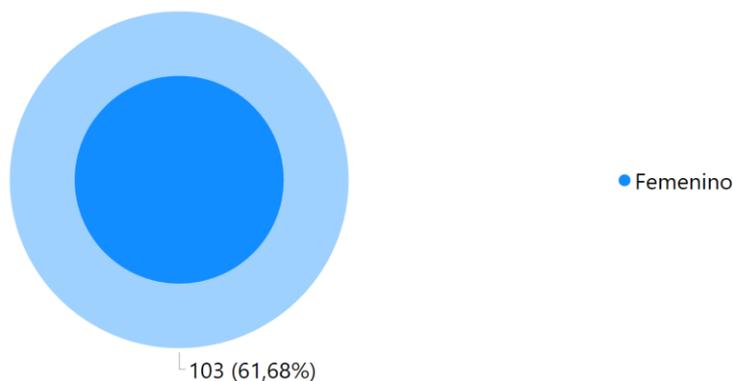
Por otra parte, se haya que el 61.68% de las mujeres encuestadas utilizan frecuentemente esta red social.

Figura 57. Análisis uso Facebook 4.



Fuente: Propia

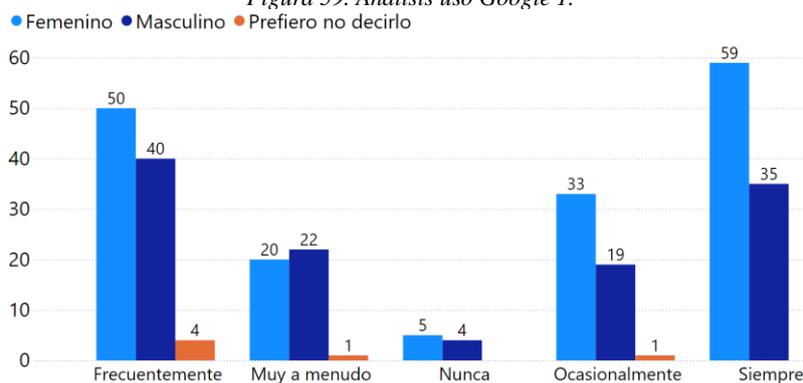
Figura 58. Análisis uso Facebook 5.



Fuente: Propia

Adicionalmente se evidencia a Google como un medio de acceso frecuentemente utilizado para diversas herramientas, para este, se obtuvieron los siguientes resultados:

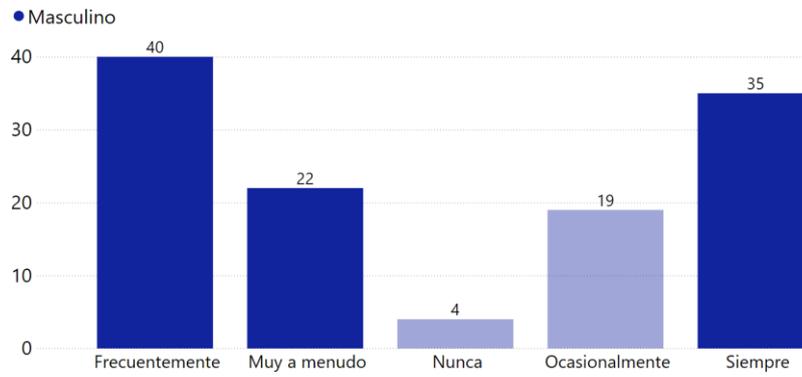
Figura 59. Análisis uso Google 1.



Fuente: Propia

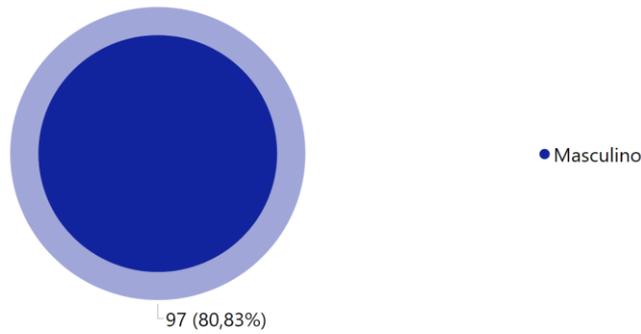
De acuerdo con lo anterior, Google es utilizado por cerca del 80% de los hombres encuestados.

Figura 60. Análisis uso Google 2.



Fuente: Propia

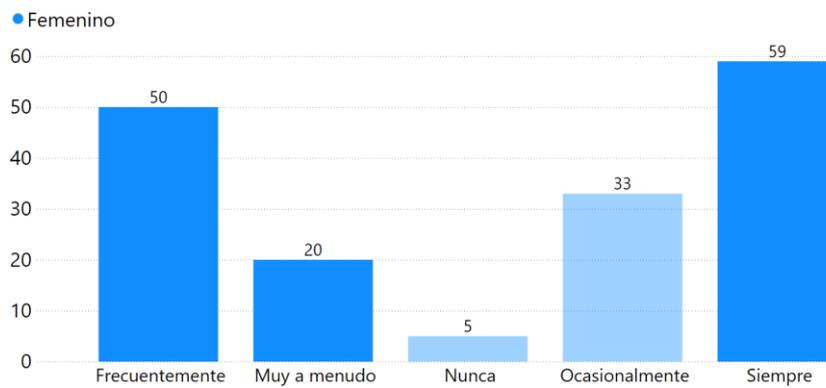
Figura 61. Análisis uso Google 3.



Fuente: Propia

Por otro lado, Google es utilizado por el 77.25% de las mujeres encuestadas.

Figura 62. Análisis uso Google 4.



Fuente: Propia

Figura 63. Análisis uso Google 5.

V. Conclusiones

La era digital y la gran diversidad de plataformas digitales han permitido que las personas ahora puedan generar nuevas formas de comunicación y hábitos en sus ámbitos personales, el desarrollo de la encuesta planteada previamente permitió identificar algunos de estos hábitos de forma generalizada.

De la toma de individuos que participaron en la encuesta se identificó que a nivel general las mujeres son las que más suelen estar conectadas a los medios digitales, principalmente mujeres que se encuentran dentro de la generación milenial y generación z.

Por otro lado, con los datos obtenidos se logra interpretar que los hombres tienden a usar más las plataformas de chat (Whatsapp) sobre las mujeres, pero estas últimas prefieren usar las plataformas o medios digitales que permiten compartir o visualizar contenido multimedia (Instagram, facebook), así mismo se relaciona este último ítem en referencia con la interrupción de las actividades laborales y académicas por atender estas plataformas frecuentemente.

Adicionalmente, con los datos obtenidos se identifica que el género masculino es el que más tiende a estresarse o sufrir cuando no obtiene acceso a los medios digitales, tales como redes sociales y juegos.

VI. Recomendaciones

Es válido aceptar que la era digital genere una mayor facilidad en cuanto a lo que respecta la comunicación interpersonal, por la facilidad de acceder a plataformas digitales y por la gran variedad de estas mismas, pero no es válido decir que se dedique tiempo a estas actividades en horarios laborales o académicos, normalmente este hábito tiende a afectar el rendimiento y concentración, por ende, se recomienda generar o definir tiempos de acceso a estas, utilizar bloqueadores de aplicaciones para ayudar al no acceso a estas en horarios determinados.

VII. Futuros Trabajos

Aunque la encuesta generada evidencio variedad de datos representados a través de edades y géneros, para trabajos futuros se puede plantear una segmentación en grupos más pequeños de la edad, con el fin de identificar la población. Adicionalmente, aunque la encuesta se limitó en cuanto aplicación a residentes de Bogotá, esta misma se puede aplicar a otras ciudades y/o países. Por otro lado, se puede generar la incorporación de una pregunta que permita identificar el tipo de estudio, nivel académico y área de trabajo del encuestado, esto para precisar qué tipo de cargos o áreas son las más afectadas por la hiperconectividad.

VIII. Referencias

- [1] M. d. Cultura, "Cultura Digital," 2019. [Online]. Available: <https://culturadigital.cosasweb.co/glosario/hiperconectividad/>. [Accessed 08 04 2021].
- [2] T. C. A. Pérez, "Redalyc," 27 07 2015. [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/145/14542676011/html/index.html>. [Accessed 08 04 2021].
- [3] G. Paoli, "Gabriela Paoli," 27 02 2020. [Online]. Available: <https://www.gabrielapaoli.com/la-hiperconectividad-influencia-nuestras-vidas/#:~:text=La%20hiperconectividad%2C%20es%20un%20concepto,internet%20y%20el%20tel%C3%A9fono%20m%C3%B3vil>. [Accessed 08 04 2021].
- [4] C. T. Quesada Vania and P. Trujano Ruíz, "Redalyc," 03 2016. [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036056.pdf>. [Accessed 08 04 2021].
- [5] J. HERNÁNDEZ, "Acceso Generacional a TIC," 09 2018. [Online]. Available: <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2018/4/9/acceso-generacional-a-tic#:~:text=Es%20la%20generaci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20joven,del%20total%20poseen%20una%20tableta..> [Accessed 08 04 2021].
- [6] R. Domínguez, "QuestionPro," [Online]. Available: <https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/#:~:text=La%20generaci%C3%B3n%20Z%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,que%20ya%20veremos%20m%C3%A1s%20adelante..> [Accessed 08 04 2020].
- [7] R. T. Ruiz, "¿Quiénes son los millennials?," 26 08 2015. [Online]. Available: <https://www.ucc.edu.co/prensa/2015/Paginas/quienes-son-los-millennials.aspx>. [Accessed 08 04 2021].
- [8] SIGNIFICADOS, "Significados," 19 09 2018. [Online]. Available: <https://www.significados.com/generacion-x/>. [Accessed 08 04 2021].
- [9] W. & act, "Watch & act," [Online]. Available: <https://watchandact.eu/blog/baby-boomers-generacion-x-millennials-generacion-z-empresa/>. [Accessed 08 04 2021].
- [10] M. d. C. d. R. Station, "Redes sociales," 12 03 2017. [Online]. Available: <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>. [Accessed 08 04 2021].
- [11] R. Peiró, "Economipedia," 03 10 2017. [Online]. Available: <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>. [Accessed 08 04 2020].
- [12] C. Escobar, "Sprout Social," 04 06 2020. [Online]. Available: <https://sproutsocial.com/insights/tipos-de-redes-sociales/>. [Accessed 08 04 2021].
- [13] E. M. a. Web, "Escuela Marketing and Web," [Online]. Available: <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>. [Accessed 08 04 2021].
- [14] J. Facchin, "Jose Facchin," [Online]. Available: <https://josefacchin.com/facebook-que-es-como-funciona/>. [Accessed 08 04 2021].
- [15] J. P. Porto and A. Gardey, "Definición D," 2010. [Online]. Available: <https://definicion.de/facebook/>. [Accessed 08 04 2021].
- [16] N. Attack, "Neo Attack," [Online]. Available: <https://neoattack.com/neowiki/whatsapp/>. [Accessed 08 04 2021].
- [17] Y. FERNÁNDEZ, "Xacata," [Online]. Available: <https://www.xataka.com/basics/whatsapp-web-vs-whatsapp-que-se-puede-hacer-que-no-web-respecto-al-movil>. [Accessed 08 04 2021].
- [18] Significados, "Significados," 21 09 2015. [Online]. Available: <https://www.significados.com/google/>. [Accessed 08 04 2021].

- [19] C. Zarzarelo, "La era digital," [Online]. Available: <https://www.carloszarzalejo.org/p/como-se-define-la-era-digital.html>. [Accessed 08 04 2021].
- [20] Acornella, "Infoxicación," 02 10 2013. [Online]. Available: <https://alfonscornella.com/2013/10/02/infoxicacion/>. [Accessed 08 04 2021].
- [21] L. Calvo, "godaddy," 30 12 2020. [Online]. Available: <https://es.godaddy.com/blog/infoxicacion-causas-consecuencias/>. [Accessed 08 04 2021].
- [22] W. L. Prensa, "Hiperconectividad y las TIC," 12 10 2013. [Online]. Available: <https://www.laprensa.com.ni/2013/10/12/economia/165834-hiperconectividad-y-las-tic>. [Accessed 08 04 2021].
- [23] C. MG, "Hiperconectados," 12 07 2010. [Online]. Available: <http://hiperconectados.blogspot.com/2010/07/que-es-la-hiperconectividad.html>. [Accessed 08 04 2021].
- [24] C. Vilchez, "Los pros y contras de la hiperconectividad laboral," 24 11 2009. [Online]. Available: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/los-pros-y-contras-de-la-hiperconectividad-laboral>. [Accessed 08 04 2021].
- [25] Y. Isturiz, "ASAP," [Online]. Available: <http://www.asap.com.ve/blog/asumes-los-riesgos-de-la-hiperconectividad-excesiva>. [Accessed 08 04 2021].
- [26] enticconfio, "enticconfio," 02 11 2018. [Online]. Available: <https://www.enticconfio.gov.co/Cibermareos-una-forma-de-enfermedad-por-movimientos-severos>. [Accessed 08 04 2021].
- [27] J. d. Sola, "desaludpsicologos," [Online]. Available: <https://desaludpsicologos.es/la-depresion-de-facebook/>. [Accessed 08 04 2021].
- [28] E. Varela, "ClinicBarcelona," 16 10 2019. [Online]. Available: <https://www.clinicbarcelona.org/asistencia/cuida-tu-salud/adiccion-a-internet/sintomas>. [Accessed 08 04 2021].
- [29] D. S. O. Calvo, "grupodoctoroliveros," 11 02 2018. [Online]. Available: <https://www.grupodoctoroliveros.com/adiccion-a-los-videojuegos-online-una-nueva-adiccion-comportamental/>. [Accessed 08 04 2021].
- [30] M. F. Alonso, "psyciencia," 28 05 2019. [Online]. Available: <https://www.psyciencia.com/cibercondria-que-es-riesgos-y-tratamiento/>. [Accessed 08 04 2021].
- [31] M. Casillas, "InBest," 12 02 2018. [Online]. Available: <https://inbest.solutions/10-ventajas-de-microsoft-power-bi-que-unificaran-datos-de-tu-empresa/>. [Accessed 07 04 2021].
- [32] Grupo Modelado y gestión de la información, "Encuesta: ¿Sabes si estas hiperconectado?," 03 2021. [Online]. Available: https://docs.google.com/forms/d/17mLi-eNkNLB0-8XeQvSW4SCB5EYzhJ4eIjAueel45uA/viewform?edit_requested=true#responses. [Accessed 08 04 2021].
- [33] G. Paoli, "La hiperconectividad y su influencia en nuestras vidas," 27 Febrero 2020. [Online]. Available: <https://www.gabrielapaoli.com/la-hiperconectividad-influencia-nuestras-vidas/#:~:text=La%20hiperconectividad%2C%20es%20un%20concepto,internet%20y%20el%20tel%C3%A9fono%20m%C3%B3vil..> [Accessed 27 Marzo 2021].
- [34] D. d. C. Ministerio de Cultura, "Hiperconectividad," 2019. [Online]. Available: <https://culturadigital.cosasweb.co/glosario/hiperconectividad/>. [Accessed 4 4 2021].
- [35] M. Casillas, "InBest," 07 04 2021. [Online]. Available: <https://inbest.solutions/10-ventajas-de-microsoft-power-bi-que-unificaran-datos-de-tu-empresa/>.

Publicación Facultad de Ingeniería y Red de Investigaciones de Tecnología Avanzada –
RITA

REVISTA

TIA