



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Reconciliación”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUCACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

Análisis de la influencia del proceso de profesionalización en la construcción del mercado lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019.

AUTOR:

Br. Duvan Alfredo Rugama Raudez

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, diciembre 2019

“A la libertad por la universidad”

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN	4
I. INTRODUCCIÓN	6
II. ANTECEDENTES	8
III. JUSTIFICACIÓN	10
IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
V. OBJETIVOS	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos	13
VI. PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN DEL FENÓMENO EN ESTUDIO	14
VII. MARCO TEÓRICO	15
7.1 Mercado Lingüístico	15
7.2 Lingüística:	15
7.3 Sociolingüística:	15
7.4 Variaciones lingüísticas:.....	16
7.5 Variación Fonética:.....	16
7.6 Variación Léxica:	16
7.7 Variación Gramatical:.....	17
7.8 Variación Semántica:	17
7.9 Niveles del Habla.....	18
7.10 Variables sociales	18
7.10.1. Género.....	19
7.10.2. Procedencia.....	19
7.11 Tecnología.....	19
7.12 Plataformas Virtuales.....	20
7.12.1. Redes Sociales.....	20
7.13 Contextualización de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de UNAN- Managua	21
7.13.1 Concepto de currículo	21
7.13.2 La carrera Comunicación para el Desarrollo	24

7.13.3. Misión y Visión de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo	26
7.13.4 Valores de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.....	26
7.13.5. Modalidades de Graduación	26
7.14 Becas de la UNAN-Managua	28
VIII. DISEÑO METODOLÓGICO.....	31
8.1 Enfoque de la investigación:	31
8.2 Tipo de investigación	31
8.3 Población.....	32
8.4 Muestra	32
8.5 Métodos y técnicas utilizados para la recolección y el análisis de datos:.....	33
8.6 Matriz de Operacionalización de Variables de Investigación (MOVI)	35
IX. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	37
Datos Sociodemográficos:	37
CAPITULO I.....	39
CAPITULO II	42
CAPITULO III.....	48
X. CONCLUSIONES	51
XI. RECOMENDACIONES.....	52
XII. LISTA DE REFERENCIAS	53
ANEXOS	54
Protocolo de encuesta	54
Protocolo de Entrevista	58

Agradecimiento:

Por el presente trabajo investigativo agradezco principalmente a Dios, por ser el inspirador y generador de fuerzas, conocimientos y habilidades, para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a los valores que a diario siguen fomentando he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Es un orgullo ser su hijo.

A mis hermanas (os) por estar siempre presentes acompañándome y por el apoyo moral que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A los profesores de Comunicación para el Desarrollo, por ejercer su digna labor con mucho esmero y compromiso, por su disposición de sembrar conocimientos y formar mejores ciudadanos.

A los informantes en el proceso investigativo, porque han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos y experiencias.

Al Departamento de Becas de la UNAN-Managua, por ser la extensión universitaria que vela por los estudiantes que, como yo, aspiran a crecer profesionalmente y que vienen de comunidades distantes al Recinto Universitario Rubén Darío.

RESUMEN

Con la ambición de conocer cuáles son las razones por las que las comunidades nicaragüenses se mantienen en constantes cambios en su forma de expresión, se ha decidido diseñar un modelo de investigación y a la vez aplicarlo en un espacio físico de Managua, en las residencias universitarias de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, de la UNAN-Managua, para conocer cuáles son los factores que influyen y la razón por la que se tiene que dar el fenómeno del Mercado Lingüístico en los estudiantes.

Durante el proceso investigativo se tuvo acceso a los entornos en los que a diario se desarrolla el estudiante de Comunicación, y así ir comprendiendo que lo motiva a modificar de forma constante su forma de hablar,

pero no siendo suficiente se buscó la opinión de una experta en el tema en estudio, para poder corroborar lo que decían los individuos protagonistas de esta investigación.

Se siguió una metodología de investigación rigurosa, para alcanzar resultados certeros y que despierten el interés por ahondar en el tema y así fue, pues las conclusiones a las que se llegó demuestran los factores que inciden en la transformación de las lenguas nicaragüenses, pero también se demuestra la importancia de que esto suceda.

I. INTRODUCCIÓN

El lenguaje nicaragüense es abundante y muy rico en cuanto a palabras se refiere, tomando en cuenta la existencia de características o marcas léxicas propias de las regiones en que se divide Nicaragua, pero a veces, estas marcas se ven expuestas a modificaciones según sea necesario para los individuos, y de esta forma es como van naciendo nuevas formas de expresión, como resultado de esas modificaciones.

Matus (2002) afirma que “el habla nicaragüense, como lengua en general, se mueve en dos direcciones: la innovación y el conservadurismo” (p.63). Innovadora, porque es capaz de crear formas de expresión y conservadora porque, a pesar de adaptar nuevas expresiones, no desaprende sus raíces léxicas.

Esto es lo que ocurre en las residencias universitarias de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), donde llegan jóvenes en edades de entre 18 y 24 años, provenientes de todos los departamentos del país, con costumbres totalmente diferentes entre unos y otros. Pero han de saber adaptarse, han de buscar las facilidades para poder aprovechar esas oportunidades que el departamento de Becas de la UNAN Managua ofrece, para poder alcanzar su metas académicas, para algún día salir al campo de la vida y poder defenderse con todas las herramientas que hayan sido capaces de construir desde su vida universitaria.

Estos jóvenes pasan por un proceso de profesionalización que los va moldeando según las previsiones que tengan por alcanzar, y parte de esas molduras a las que se deben someter es su forma de expresarse según el contexto en el que se quieran desarrollar, pero eso lo van a lograr con las oportunidades que les da el lenguaje, a lo que Areiza, Cisneros y Tabares llaman, Mercado Lingüístico, este fenómeno que se desarrolla a través de la línea del tiempo para dar salida a las circunstancias que el estudiante se enfrente.

Este estudio muestra una descripción de los factores que inciden para que se vaya desarrollando el Mercado Lingüístico, para ser específicos, en los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, impartida en la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua, profesión que abre las puertas a estudiantes que, como se menciona anteriormente, provienen de diferentes departamentos del país, con

marcas dialectales que si servirán en su desarrollo personal, pero que no son suficiente, por lo que habrá que incluir nuevas palabras en su léxico o quitar algunas de las que ya tienen, esto para poder desarrollar los diferentes roles que como estudiante de la UNAN puede desempeñar, y también para irse preparando para sumarse a sus colegas, que desde los medios de comunicación, armas de doble filo y de gran alcance, puede desempeñar un oficio una vez egresados de su carrera.

Este trabajo investigativo se elaboró con el objetivo de conocer los factores que influyen durante el proceso de profesionalización para la creación del Mercado Lingüístico y así poder deducir qué es lo que está modificando la forma de hablar de la gente, de los pueblos distantes de la capital.

La eficiencia de este estudio radica en la aplicación de una metodología justa y precisa para llegar hasta los sujetos en estudio, y conocer de primera mano qué es lo que ocurre, no conforme solo con eso, también se buscó a una especialista, a una lingüista de la UNAN, la MSc. Hilda Baltodano Reyes, quien se sinceró alrededor del tema y ayudó a deducir cuáles son las causas y los efectos en la sociedad, de tener que salir de una comunidad e insertarse en otra con un nivel más alto de modernidad, sin menospreciar a ninguna, en busca de los medios para finiquitar una meta.

Estimado lector, está a punto de adentrarse en un campo que quizá lo haga modificar, incluso a usted, su forma en la que ha hablado hasta ahora, para que juntos podamos comprender bien, qué es entonces el Mercado Lingüístico y cómo es que surge y el porqué.

II. ANTECEDENTES

Durante el proceso investigativo resultó necesario el rastreo de otros trabajos a fines al tema que se está estudiando, de los que destacan:

- 1) **Influencia de la transculturización de la identidad cultural en adolescentes y jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II Semestre del año 2017. Velásquez, E., Rugama, J. y Torrez, L., (2017).**

Este es el resultado de un Seminario de graduación en la Licenciatura en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Tal estudio se realizó a partir de las actitudes observadas en los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí, en el departamento de Jinotega, influenciados por la transculturización, una vez que se relacionan con personas oriundas de otros espacios geográficos fuera de San Sebastián de Yalí a través de los diferentes medios de comunicación. Al final se concluyó en que los jóvenes optan por acoger características culturales ajenas a las propias del municipio una vez que las conocen, entre otras conclusiones. Por lo que los autores sugieren se fomente en la juventud el interés de conocer y practicar la cultura nicaragüense.

- 2) **Las formas de tratamiento en los jóvenes del municipio de Estelí: perspectivas dialectal y sociolingüística. Alemán, A., Picado, J., Talavera, M., (2017).**

Esta investigación se llevó a cabo en la ciudad de Estelí y en las comunidades rurales Isidriño y San Pedro de este municipio, para tener una visión más amplia y complementaria acerca de la distribución dialectal y sociolingüística de las variantes pronominales; con lo cual se concluyó de manera sobresaliente que una tendencia muy significativa es que entre amigas y entre novios predomina el usted en Estelí, por lo que se presume que es en donde se registra con mayor frecuencia el usted, en comparación con el resto del país.

- 1) **Mercado Lingüístico y Variación Sociofonética en los informativos de la Televisión Canaria. Dad Ova, Z. (2017).**

Tomando en cuenta la existencia de las actitudes negativas de los hablantes canarios hacia su propia variedad, este trabajo investigativo de la Universidad Masaryk de Brno,

con sede en Brno, República Checa, aborda la variación fonética en los informativos de la Televisión Canaria, en la expresión oral de los presentadores, corresponsales y entrevistados en cinco programas informativos.

III. JUSTIFICACIÓN

Desde la existencia del hombre han surgido circunstancias en las que se debe implementar más de alguna forma de comunicación por la necesidad de interacción con los otros sujetos.

Areiza, Cisneros y Tabares (2012) afirman que “todo individuo como miembro de una comunidad actúa adecuadamente dentro de ella y establece un conjunto de relaciones con las cuales construye su imagen social” (p.54). Es así como los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, impartida en la UNAN-Managua, ajustan su forma de relacionarse de acuerdo al contexto en el que se encuentran.

En el caso de los estudiantes universitarios, por su grado académico y las oportunidades que la UNAN-Managua brinda, participan en diferentes roles frecuentemente, relacionándose con personas que manejan un amplio nivel cultural y social, para lo que requiere dominar un tipo de lenguaje adecuado.

Los individuos en estudio, como parte de su naturaleza, tienen marcas léxicas propias de la región de procedencia, sin embargo, una vez inmersos en el campo académico y en algunos casos laboral, se ven en la necesidad de crear un mercado lingüístico que, sin duda, “es un instrumento indispensable, no solo para mejorar el conjunto de habilidades, actitudes y capacidades personales, sino además para favorecer su posicionamiento dentro de un mercado de trabajo” (Areiza, Cisneros y Tabares, 2012, p.54).

A través de esta investigación se demostrará la influencia del proceso de profesionalización en la construcción del Mercado Lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, de tal forma que sirva como un aporte metodológico en los procesos de enseñanza-aprendizaje universitarios, sin descartar que servirá como un antecedente para las próximas investigaciones que se interesen en esta disciplina.

La relevancia de esta investigación surge de los procesos metodológicos aplicados, como encuestas y entrevista que permiten un contacto directo con los individuos y especialistas, lo que genera información actualizada y verídica del tema en estudio.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La UNAN-Managua cuenta con un programa de Becas, como una ayuda a las personas que ingresan a la casa de estudios y que viven en una posición geográfica lejana a la universidad, lo que nos les permitiría su inserción a las aulas de clases conforme al horario de estas.

Gracias a este programa de Becas, miles de jóvenes de diferentes partes del país, llegan hasta la capital para continuar su formación académica, lo que pocos se han detenido a analizar son las adaptaciones a las que se enfrentan las y los estudiantes, para poder desarrollar de forma exitosa las tareas que resultan durante su formación.

Mántica (1989), explica. “Que para la inmensa mayoría del pueblo nicaragüense, el idioma que va ser su idioma es algo que llega de “fuera” y que debe religarlo con algo que tiene “dentro” (p.22).

De acuerdo con Mantica, los estudiantes deben incluir en sus formas de expresión, lo que resultaría como lo “ajeno”, para ir luego, poco a poco haciéndolo suya hasta lograr entablar relaciones en las que surjan de forma fluida y que parezca natural.

Con estas adaptaciones se enfrentan ante un posible abandono de algo profundamente enraizado, a lo que Mántica (1989) llama. “Vieja lengua secular”, o bien lo que se puede describir como rasgos lingüísticos o variantes propias del lugar de procedencia, debido a que los campos en los que se desarrolla ameritan de una forma de expresión en congruencia con los receptores para conseguir una comunicación efectiva.

Por este proceso han tenido que pasar todas las generaciones de estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, los que han llegado a la UNAN-Managua y han tenido la oportunidad de desarrollar algunas tareas que aporten a su formación integral.

Para dar una respuesta precisa ante este fenómeno, resulta necesario plantearse la siguiente interrogante:

¿Cuál es la influencia del proceso de profesionalización en la construcción del mercado lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019?

V. OBJETIVOS

Objetivo General

- ❖ Analizar la influencia del proceso de profesionalización en la construcción del Mercado Lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019.

Objetivos Específicos

- ❖ Identificar los factores que inciden en la construcción del mercado lingüístico, a partir de la interacción con la tecnología en los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019.
- ❖ Describir los aspectos socioculturales vinculados al mercado lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.
- ❖ Valorar la importancia del mercado lingüístico en el desempeño de los roles en los que participan los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el primer semestre de 2019.

VI. PREGUNTAS DE SISTEMATIZACIÓN DEL FENÓMENO EN ESTUDIO

Con el fin de ayudar a sistematizar el fenómeno a investigar, se plantean las siguientes preguntas:

- 1- ¿Cuáles son los factores que inciden en la construcción del mercado lingüístico a partir de la interacción con la tecnología en los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre del año 2019?
- 2- ¿Cuáles son los aspectos socioculturales vinculados al mercado lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua?
- 3- ¿Cuál es la importancia del mercado lingüístico en el desempeño de los roles en los que participan los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el primer semestre del año 2019?

VII. MARCO TEÓRICO

7.1 Mercado Lingüístico

Según Areiza, Cisneros y Tabares (2012). “El Mercado Lingüístico es un conjunto de relaciones con base en las cuales se construye la imagen social. En la cual el usuario acomoda su forma de hablar, a los distintos tipos de relaciones que se establecen, con las personas de su entorno” (p.54).

Esto pues, ayuda a entender los comportamientos lingüísticos en los fenómenos educativos, sociales, culturales y laborales de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo. Permitiendo abordar la transformación que deben pasar los estudiantes a medida que transcurre el periodo de aprendizaje.

7.2 Lingüística:

Montes (1995) define la norma lingüística como “la convención tradicionalizada, incluida en el sistema de reglas que hacen y mantienen la cohesión dentro de una comunidad humana.” Coseriu (1986), por su parte, la define como “un sistema de realizaciones obligadas, de imposiciones sociales y culturales que varían según la comunidad” (p. 21).

7.3 Sociolingüística:

En este estudio, resulta necesario abordar dos términos que sin duda están presentes en el fenómeno investigado: Lengua y Sociedad. Aunque hay autores que han utilizado estos dos términos para referirse a un mismo estudio, la verdad es que hay diferencias teóricas y metodológicas que los particularizan.

Pero si se unen ambos campos, tratándolo como uno solo bajo el nombre de sociolingüística, se puede definir como “la disciplina que se ocupa de las variaciones lingüísticas dadas en el uso, en su relación con los factores sociales, que las determinan y el papel que dichas variaciones desempeñan en el cambio lingüístico”, (Areiza, Cisneros y Tabares, 2012, p.).

En otros términos podría entenderse como el conjunto teórico que explica las diferentes actitudes y posiciones sociales en relación con los juegos, del lenguaje o las formas de decir, identificativas de un grupo.

7.4 Variaciones lingüísticas:

Mientras la lengua es invariable como constructo abstracto, la gramática social se modifica constantemente condicionada por factores extralingüísticos, a fin de adaptarse a las necesidades y regulaciones de los usuarios, en contextos específicos de interacción.

De esto surgen las siguientes variaciones:

7.5 Variación Fonética:

En nuestro contexto dialectal nicaragüense es evidente que hay diferentes rasgos de los fonemas según la zona geográfica donde se empleen las palabras. Por ejemplo, es evidente que en la región norte de Nicaragua se hace una pronunciación de las palabras con un acento suave y melodioso, en la mayoría de casos se caracteriza por la aspiración de la “S”, por ejemplo: Por decir “nosotros” se dice “nojotroj” o “ustedes” se dice “ujtedej”, sin embargo, esto no determina una transformación semántica de las palabras empleadas.

Estas unidades fonológicas, en su realización, sufren variaciones en los diferentes contextos lingüísticos, regionales y/o sociales, tal es el caso de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, donde se manifiestan, configurando las variantes fonéticas que caracterizan una comunidad de habla o grupo isolectal.

7.6 Variación Léxica:

La preocupación de la sociolingüística, no obstante, no es exactamente el léxico como palabra aislada; por el contrario, su preocupación es, analizar las implicaciones del uso dentro de contextos discursivos, dialógicos y/o socioculturales.

La variación lexical, junto con la fonética, es una de las determinantes para la caracterización de una zona dialectal; de allí que, a partir de los usos lexicales y fonéticos se pueden identificar cuáles son los rasgos que sufren las adaptaciones en la forma de expresarse de los estudiantes de Comunicación, en los distintos espacios en los que tienen oportunidad de desarrollarse.

7.7 Variación Gramatical:

La Real Academia Española define como Gramática, “el estudio de la estructura de las palabras, la forma en que estas se enlazan y los significados a los que tales combinaciones dan lugar”.

Tomando en cuenta esta conceptualización de la rama como tal, es válido señalar que es una de las variaciones que tiene lugar durante el proceso de profesionalización de los estudiantes internos de Comunicación para el Desarrollo, pues la Gramática mantiene estrechas relaciones con el léxico, ya que es parte fundamental en las expresiones de los estudiantes.

Ahora bien, Aijón y Borrego (2013), afirman que:

Las elecciones de las palabras son inseparables de los contextos en que se producen y de los significados que se crean con ellas, por lo que concluyen que las variantes gramaticales no son hechos formales aislados, sino que forman parte de pautas más complejas de variación y cambio, a la vez estructural y conceptual, y que se fundamentan en principios cognitivos generales. (p. 18).

Por lo cual cabe resaltarlo en este análisis, pues queda mejor explicado cómo es que se da entonces esa variación en la estructuración de las palabras y los significados que con estas se consiguen, aportando a la ampliación del Mercado Lingüístico de cada individuo.

7.8 Variación Semántica:

Tomando en cuenta que se está analizando la construcción del Mercado Lingüístico a partir de un periodo de tiempo y sujetos determinados, vale retomar primeramente lo que plantea Palma (2016) “la semántica es la parte de la lingüística que estudia el significado que expresamos mediante el lenguaje natural, es también lo que nos lleva a investigar el modo como se proyectan los objetos y situaciones del mundo en el código de la lengua” (P.), lo que nos lleva a relacionar el entorno en el que los estudiantes internos con las expresiones que van a adecuar según resulte necesario y así pues se identificará el significado que estos tratan de expresar, puesto que crean vínculos que relacionan el contexto con la expresión simbólica, la misma autora indica que “una de

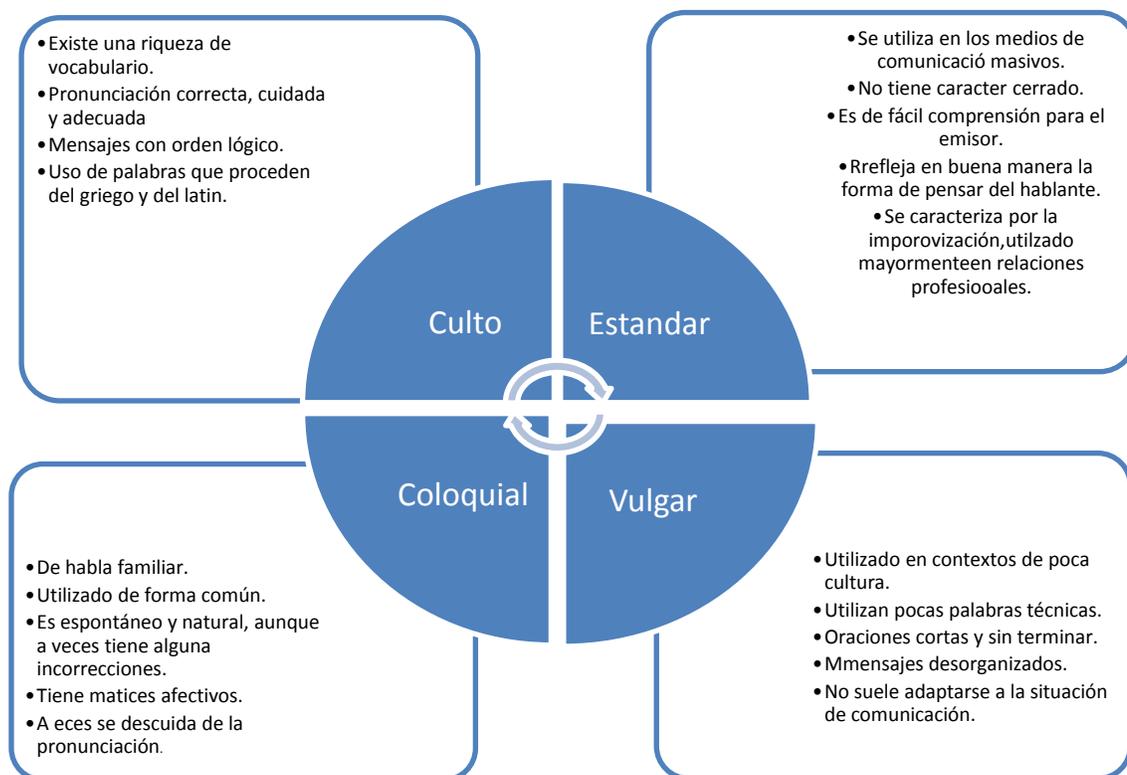
las propiedades del significado de las oraciones es la de expresar pensamientos y describir la comprensión del mundo para transmitirla con su conocimiento en el tiempo” (p.).

7.9 Niveles del Habla

El uso que se haga del lenguaje da origen a los diferentes niveles del habla, dependiendo de los factores socioculturales del individuo y de la situación en que se exprese.

A continuación se describe mediante un esquema los 4 principales niveles de lenguaje que tienen presencia en las expresiones de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo y sus allegados.

Figura 1: Niveles del habla.



7.10 Variables sociales

Dentro de los mencionados rasgos sociales se tiene algunos exclusivos e identitarios de un grupo regional y cultural.

7.10.1. Género

La sociología como ciencia que estudia el uso de la lengua en relación con variables sociales, margina de su estudio el sexo y prefiere referirse al género, para diferenciar lo biológico de lo sociocultural, y evitar caer en el error de concebir la cultura como un reflejo de la naturaleza.

Areiza, Cisneros y Tabares (2012) indican que “el género determina marcas en el uso de la dinámica intra y extra sistémica de una lengua”.

Aunque las sociedades modernas buscan cambiar los modelos tradicionales, es evidente que aún existen pautas de crianza diferentes para hombres y mujeres, lo que influye en la creación de su mercado lingüístico.

7.10.2. Procedencia

La UNAN- Managua es un conglomerado social y dinámico en constante proceso de cambio, donde concurren diferentes clases sociales, grupos étnicos de múltiples proveniencias, actividades laborales y complementarias y, como es obvio, variedades lingüísticas que se encargan de cubrir las distintas redes sociales que se dan en su interior.

También es posible que el grupo inmigrante afecte lingüísticamente a la comunidad ya establecida, produciéndole matices estilísticos sobre todo en los aspectos fonéticos, lexicales y entonacionales, que pueden ocasionar la aparición de una nueva variedad lingüística de amplias masas poblacionales, cuyas características socioeconómicas son marginales.

7.11 Tecnología

A lo largo de la historia el ser humano ha tenido que poner a trabajar su mente auxiliándose de las habilidades que cada quién posee, para dar respuesta de la mejor manera a las diferentes necesidades que surgen, por ejemplo en el tema de la salud, el transporte y por supuesto la comunicación.

La Real Academia Española define Tecnología como el “Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico”. Lo que se puede

entender también como el conjunto de instrumentos y procesos en un determinado sector o producto.

En este caso, la tecnología tiene lugar en los diferentes roles que el estudiante interno de la carrera de Comunicación para el Desarrollo desempeña, pues es un medio auxiliar para alcanzar las diferentes asignaciones académicas, como lo señala Baltodano (2019). “Cómo tenemos unas asignaturas que tienen que ver con el lenguaje en internet, los muchachos tienen que bajar mucha información de algunos escritores, especialmente cuando no son accesibles”, es ahí cuando entra en interacción el estudiante con los diferentes espacios virtuales que están a su disposición, por mencionar algunos, las plataformas académicas virtuales y las redes sociales, dos grandes campos de desarrollo, no solo para el estudiante, sino para todo el que tenga el deseo de superar sus metas al ritmo de los avances tecnológicos.

7.12 Plataformas Virtuales

Para Díaz (2009) “Una plataforma educativa virtual, es un entorno informático en el que nos encontramos con muchas herramientas agrupadas y optimizadas para fines académicos”, lo que en las últimas décadas de las universidades ha sido un gran aliado para el desarrollo de las materias, de una forma dinámica y “moderna” (p. 2).

Estos sistemas tecnológicos proporcionan a los usuarios espacios de trabajo compartidos, destinados al intercambio de contenidos e información, incorporan herramientas de comunicación (Chats, foros de debates, blogs, videoconferencias) y en muchos casos cuentan con repositorios de objetos digitales.

En el caso de la UNAN-Managua han incluido algunas plataformas virtuales para la interacción académica entre docentes y estudiantes, de las que resaltan “Moodle” y “Edmodo”.

7.12.1. Redes Sociales

Santamaría, (2008) indica que las redes sociales son “una estructura social formada por nodos, habitualmente individuos u organizaciones que están vinculados por uno a más tipos de interdependencia, tales como valores, puntos de vista, parentesco, comercio y enlaces web”, estas estructuras, como las llama Santamaría, han cobrado valor en las relaciones y

actividades de cada estudiante universitario del nuevo siglo, sobre todo, en los estudiantes internos, tomando en cuenta que estas ofrecen facilidades para una comunicación fluida con los parientes que se encuentran a larga distancia, por ejemplo o los compañeros con los que tienen una asignación pendiente.

7.13 Contextualización de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de UNAN-Managua

Es de vital importancia realizar un corte transaccional para evaluar la estructura la carrera de Comunicación para el Desarrollo, esto con el fin de conocer más a fondo sobre el contexto, factores del entorno, y como viene conceptualizada la carrera en cuestión.

7.13.1 Concepto de currículo

Antes de entrar en detalle con el concepto del currículo de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, es relevante para poder comprender el contexto de la misma, definir la transición de la carrera de Filología y Comunicación a Comunicación a la carrera de Comunicación para el Desarrollo, la cual, responde a necesidades, estrictamente de avances tecnológicos, metodológicos y tendencias nacionales. En un lenguaje popular podría referirse al hecho de la carrera de Filología y Comunicación necesitaba ponerse al día con las realidades de Nicaragua. Dicha decisión fue pensada y desarrollada por las autoridades de UNAN Managua en respuesta a las fortalezas y debilidades arrojadas por estudiantes, empleadores y docentes.

La carrera de Comunicación para el Desarrollo apunta hacia principios metodológicos, teóricos y tecnológicos que equilibran la teoría, la práctica y el uso adecuado de las nuevas tecnologías de la comunicación. Además, la selección rigurosa de los contenidos temáticos con el fin de maximizar el proceso de aprendizaje respetando siempre los pilares de la universidad pública: aprender a ser, aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir, aprender a aprender y aprender a crear. La formación de los estudiantes está orientada a graduar profesionales integrales que apuesta a una educación interdisciplinaria basada en las ciencias humanas y en el uso racional de las nuevas tecnologías.

Siendo más específicos, la carrera de Comunicación para el Desarrollo se basa en cuatro pilares fundamentales, según el documento curricular de la carrera de Comunicación para el Desarrollo,

- Periodismo para el cambio social, cuyo proceso de enseñanza-aprendizaje consiste en las nuevas formas de hacer periodismo tomando en cuenta enfoques sociales recientes como: los derechos humanos, equilibrio ambiental, etc.
- Publicidad y Relaciones Públicas: métodos y técnicas de investigación social y de mercado para determinar conocimientos, actitudes y prácticas de los fenómenos sociales.
- Cultura para el desarrollo, la que enfatiza en la transmisión de valores para el fortalecimiento y desarrollo de proyectos culturales.
- Comunicación para el desarrollo, basada en los nuevos enfoques de la comunicación para el cambio social.

Estos cuatro pilares de Comunicación para el desarrollo, responden a los ejes curriculares de la carrera, es decir, a la investigación y la comunicación. “En el caso de la investigación la Carrera cuenta con nueve asignaturas en las cuales los estudiantes realizan trabajos de curso, investigaciones aplicadas, tesis y proyectos. En comunicación los profesionales estudian los nuevos enfoques de la comunicación y se actualizan constantemente en las nuevas tecnologías” (Documento Curricular de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo 2012, p. 8). 1.2.1.

El plan de estudios y las asignaturas Así mismo, existen cánones superiores a la carrera de Comunicación para el Desarrollo, que se deben respetar con el fin de garantizar una educación eclética para los estudiantes de dicha carrera. Según lo establecido por la Normativa y Metodología para la planificación curricular 2011, el Plan de Estudios será de estricto cumplimiento y único para cada carrera y orientación, independientemente de la modalidad de estudio:

Presencial: se caracteriza porque la mayoría de los procesos de enseñanza-aprendizaje coinciden en el espacio y en el tiempo. Docente y estudiante comparten espacio físico

durante la semana y es en ese espacio físico que se propicia la comunicación didáctica de manera simultánea en el tiempo.

Por encuentro: se caracteriza por una separación corta de espacio/temporal semanal o quincenal entre docente y estudiante. En el que este último es el centro de una formación casi independiente y flexible, al tener que gestionar su propio aprendizaje a través de los materiales facilitados por el docente de forma impresa o digitalizada. Los espacios de tiempo presenciales se utilizan para trabajar contenidos de tipo práctico y actitudinal, además para evaluar los mismos.

Profesionalización: está dirigida a aquellos estudiantes que ejercen la profesión de manera empírica. El proceso enseñanza-aprendizaje se ocupará de brindar al estudiante los conocimientos científico-técnicos que le permitan desempeñarse con eficacia y eficiencia en su profesión.

Mixta: en esta modalidad se combinan la educación en línea con cualquiera de las otras: presencial, por encuentro y profesionalización.

Cada Plan de Estudios contendrá asignaturas de Formación General, Básica y Profesionalizantes:

Formación General: asignaturas que contribuyen al desarrollo integral del estudiante. Estas permiten que el estudiante amplíe su cultura, conozca las necesidades socioeconómicas y ambientales del país. Inciden en el actuar ciudadano y fortalecen el enfoque humanista.

Formación Básica: asignaturas que representan la base sólida para el dominio de las materias propias de la profesión y facilitan la reingeniería profesional. Estas asignaturas serán definidas por la Comisión Curricular de Facultad a propuesta de las Comisiones de Carrera y aprobadas por la Comisión Curricular Central.

Formación Profesionalizante: asignaturas que están íntimamente relacionadas con el perfil profesional de la carrera. Brindan los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes específicas de la profesión. Dentro de este grupo de asignaturas se encuentran las Facultativas:

De Carrera: integran objetivos y contenidos de los avances más recientes de la ciencia en esa carrera. (Éstas serán determinadas por la Comisión Curricular de Carrera).

De Facultad: responden a los avances científicos y tecnológicos del perfil del egresado de la Facultad. (Éstas serán determinadas por la Comisión Curricular Facultativa).

Electivas: tienen carácter interdisciplinario y complementario en el proceso de formación del futuro graduado. Los estudiantes seleccionarán, de acuerdo con sus intereses, las asignaturas de otros Planes de Estudio que consideran pertinente incorporar a su currículo. (Las Comisiones de Carrera determinarán los espacios y ubicación que tendrán estas asignaturas en el Plan de Estudios). Se puede seleccionar una sola de las categorías antes indicadas, o bien realizar combinaciones, en cualquiera de los casos las asignaturas facultativas será como máximo dos en todo el Plan de Estudios.

7.13.2 La carrera Comunicación para el Desarrollo

La trayectoria de 18 años de la carrera como Filología y Comunicación habla sobre el momento histórico en el cual aportó a la profesionalización de comunicadores empíricos y la formación de nuevos profesionales.

El éxito de la formación en Filología y Comunicación en el mercado laboral, condujo a la carrera a ser en poco tiempo una carrera de primera opción y de gran demanda a nivel nacional.

Esta Carrera fue suma importancia para el desarrollo del país, puesto que formo a sus profesionales con un pleno dominio de la lengua española, sólidos conocimientos de la cultura y las artes universales; con experiencia en la investigación social aplicada y sobre todo, con un elevado sentido crítico, analítico, interpretativo y capacidad de síntesis.

Sin embargo, la visión de la comunicación desde la apertura de la carrera hasta la actualidad se ha ampliado y diversificado. Es bajo estos pensamientos y de acuerdo con las exigencias del mercado laboral nacional e internacional contemporáneo, la cual exige la expansión de los horizontes en la formación de comunicadores integrales, actualizados y correspondencia con esa nueva realidad.

El cambio a la carrera de Comunicación para el Desarrollo se debe a los avances tecnológicos, metodológicos y a tendencias culturales. Estas últimas, respondiendo a lo que la sociedad nicaragüense respeta en temas socio-político-cultural. El planteamiento sobre el nombre de “Desarrollo” está basado en cuestionarse el futuro sobre el pleno ejercicio de los derechos humanos, equilibrio ambiental, respeto por la diversidad étnica y cultural, equidad de género, justicia, participación, democracia, tolerancia, práctica de las reglas de la convivencia, protección a comunidades vulnerables y demás.

No hace mucho tiempo las escuelas de comunicación de América Latina egresaban a periodistas que encontraban espacios en los medios de comunicación tradicionales, una agencia de publicidad o una oficina de relaciones públicas. Actualmente la descentralización del poder, los nuevos enfoques de la ayuda internacional y la diversidad de espacios comunicacionales alternativos ha abierto nuevos horizontes laborales a los comunicadores, de tal modo que el periodismo es ya solo un pequeño componente de la comunicación.

Prueba de esto, es la gran cantidad de comunicadores que abren sus espacios desde las redes sociales donde proponen, critican y ayudan a construir una sociedad justa, equitativa y respetuosa de las diferencias.

En Nicaragua hasta el momento no existe un estudio de requerimiento de profesionales en comunicación. Sin embargo, el currículo de estudios de Comunicación para el Desarrollo procura garantizar el dominio de las tecnologías de la comunicación e información, tan esenciales en las prácticas comunicativas. Es decir, los estudiantes adquieren las bases sustanciales para el uso y manejo de la tecnología actual, incluyendo las redes sociales - su incorporación a la comunicación electrónica y el emprendedurismo.

A mediano plazo Comunicación para el Desarrollo responde a la expectativa de los estudiantes de cursar una carrera orientada hacia los nuevos enfoques de la comunicación y a largo plazo contribuir al desarrollo integral del país con profesionales capacitados en las diversas exigencias comunicacionales actuales del mercado laboral.

7.13.3. Misión y Visión de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo

Misión

Formar profesionales de pensamientos autónomos, críticos y reflexivos, que demuestren los nuevos enfoques de la comunicación para ser ejercida con una conciencia de compromiso y responsabilidad social.

Visión

Ser la alternativa más idónea en ofrecer excelencia académica en la formación de comunicadores sociales donde nuestros profesionales puedan ser formados con un profundo sentido ético, que promuevan el desarrollo de la sociedad y el mejoramiento de su calidad de vida.

7.13.4 Valores de la carrera de Comunicación para el Desarrollo

- ❖ Humanidad
- ❖ Pensamiento Crítico
- ❖ Tecnológicamente intuitivo
- ❖ Conciencia Social
- ❖ Diligencia y eficacia
- ❖ Plan de estudio

Según establece el Modelo Educativo, Normativa y Metodología para la planificación curricular de 2011 de la UNAN Managua, “el plan de estudio es de estricto cumplimiento y único para cada carrera y orientación, independientemente de la modalidad de estudio”, la cual puede ser clasificada en presencial, por encuentro, profesionalización y mixta.

7.13.5. Modalidades de Graduación

Las Modalidades de Graduación son la expresión culminante de los estudios de pregrado, las que están reguladas en el Reglamento del régimen Académico Estudiantil. Estas las seleccionaran y realizaran los estudiantes con el fin de poner en práctica sus capacidades investigativas y el dominio de conocimientos y métodos alcanzados a lo largo de la carrera.

En los planes de Estudios se establecen las Modalidades de Graduación siguiente: Monografía, Examen de Grado, Seminario de Graduación y Proyecto de Graduación. De

las formas de culminación de los estudios, el Consejo Universitario de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN- Managua) en uso de las facultades que le confiere el Artículo 16, inciso 1, de la Ley de Autonomía de las Instituciones de Educación Superior promulga el 5 de abril de 1990, Acordó aprobar el Reglamento del Régimen Académico Estudiantil y que en su título I de disposiciones Generales, Capítulo Único dice:

Arto.1 Establecer las regulaciones respecto a la asistencia, evaluación y promoción académica y precisar los requerimientos para el cumplimiento del trabajo científico estudiantil, las formas de culminación de los estudios y el sistema de prácticas de formación profesional.

El mismo Reglamento en su Capítulo III, referido a las formas de culminación de estudios en el Arto. 43 señala que en los planes de estudio se establecerán las formas de culminación de los estudios para los egresados de la UNAN Managua. Las formas de culminación consistirán en la realización de un trabajo Monográfico o un Examen de Grado, indistintamente. En los planes de estudio de las carreras de nivel Técnico Superior se consignará lo relativo a la Monografía Técnica o el Examen de Grado. También se considera en el Artículo 44 que el estudiante egresado es quien ha cursado y aprobado todas las asignaturas del Plan de Estudio correspondiente y puede optar por la modalidad de graduación contemplada en el reglamento.

Respecto a los trabajos Monográficos, el Reglamento contempla que estos son una forma organizativa del proceso de enseñanza-aprendizaje en el que se vinculan la teoría con la práctica y cuyo objetivo es la adquisición de conocimientos científico-técnicos; el desarrollo de habilidades y la formación de hábitos necesarios para la preparación del profesional que demanda el desarrollo económico y social de nuestro país. Además las líneas de investigación de los trabajos Monográficos en las carreras se derivan de las líneas generales de la Facultad o Centro y de las líneas de investigación endógenas de la UNAN Managua y derivadas del Plan Nacional de Desarrollo Humano que deben corresponder con los intereses sociales, económicos y científico-técnicos. En relación al Examen de Grado como modalidad de Graduación, el artículo 46 del Reglamento del Régimen Académico Estudiantil señala que “es una forma de culminación de los estudios cuyo objetivo es

evaluar el sistema de conocimientos, hábitos, habilidades y convicciones desarrolladas por el estudiante durante su formación; necesarios para garantizar la calidad del ejercicio profesional” (UNAN, 1994.p. 26).

En lo referido a la modalidad denominada Seminario de Graduación, en la Normativa para las Modalidades de Graduación como formas de culminación de estudios, plan 1993, aprobada por el Consejo Universitario en sesión No. 15 del 08 de agosto de 2003, establece en el Artículo 1, que dicha Modalidad de culminación de estudios que se realiza bajo la conducción de un docente universitario, y que demanda un fuerte trabajo independiente por parte de los estudiantes. Consiste en el análisis de temas específicos de actualidad, relacionado con el perfil profesional de la carrera. Tiene como propósito la adquisición de nuevos conocimientos, el desarrollo de habilidades y la formación de hábitos necesarios para la preparación del profesional que demanda el desarrollo socioeconómico de Nicaragua.

7.14 Becas de la UNAN-Managua

El Programa de Becas de la UNAN-Managua tiene los objetivos siguientes:

a. Objetivo General

Procurar la ponderación e igualdad de oportunidades mediante la implementación de un programa de becas, que facilite el ingreso o la continuidad a estudiantes de escasos recursos económicos y a aquellos que por sus méritos en las distintas actividades universitarias se destaquen.

b. Objetivos Específicos:

1. Ofrecer oportunidades a los estudiantes que, por sus limitados recursos económicos, familiares y geográficos, no tengan posibilidades de sustentar sus estudios en la Universidad.
2. Incentivar la excelencia académica en la Universidad.
3. Estimular y reconocer la participación sobresaliente en actividades culturales y/o artísticas, deportivas, de investigación e innovación.

4. Planificar y coordinar los programas de atención a los becarios con el fin de potenciar sus aptitudes y brindarles los recursos que favorezcan al proceso educativo, no solo en lo intelectual, sino económicos, sociales, deportivos y de desarrollo humano.

5. Incidir en la disminución de los factores que causan la deserción estudiantil.

Becas internas: Son de tres tipos:

- a. Interna completa,
- b. Interna de alojamiento
- c. Interna especial.

Beca interna completa: se otorgará a los estudiantes de primero, segundo y tercer año, en razón de su situación económica, social, familiar y geográfica.

Esta beca comprende: alojamiento en las residencias de la Universidad, alimentación completa, enseres para limpieza, consulta médica, atención educativa y psicológica, así como apoyo en actividades culturales y deportivas.

El número de becas internas está determinado por la capacidad de las residencias de que disponga la Universidad.

Para optar o mantener la beca interna completa, el estudiante deberá cumplir lo siguiente:

- a. Los requisitos establecidos en los artículos 11 y 12 del presente reglamento. En caso de renovación deberán presentar certificado de salud.
- b. Haber alcanzado un promedio mínimo de 80% en el semestre precedente y se renovará por única vez al estudiante que obtenga un promedio mínimo de 75% según plan de estudio de carrera.
- c. Tener aprobadas todas las asignaturas de su plan de estudio.
- d. Cumplir con la normativa de organización y funcionamiento de las residencias, si se trata de renovación.

Beca interna de alojamiento: consiste en proporcionar única y exclusivamente alojamiento al becario dentro de las instalaciones de las residencias de la Universidad.

El número de becas se otorgarán de acuerdo a la capacidad de alojamiento en las residencias estudiantiles existentes.

Para optar a la beca interna de alojamiento, el estudiante deberá cumplir lo siguiente:

- a. Haber tenido beca interna completa en el semestre anterior.
- b. Tener un promedio entre 70% y 74% en el semestre precedente y se renovará a criterio de la Comisión de Becas de Facultad y POLISAL.
- c. Tener aprobadas todas las asignaturas de su plan de estudio.

Esta disposición es aplicable solamente para este tipo de becas otorgadas en la sede de Managua.

Beca interna especial: consiste en la entrega de ayuda económica para sufragar gastos de alojamiento y alimentación.

El becario deberá informar al especialista educativo la dirección exacta donde se encuentra alojado o el cambio de domicilio, si fuere el caso.

Para optar o mantener la beca interna especial, el estudiante deberá cumplir lo siguiente: a. Los requisitos establecidos en los artículos 11 y 12 del presente reglamento.

b. Haber alcanzado un promedio mínimo de 80% en el semestre precedente y se renovará por única vez al estudiante que obtenga un promedio mínimo de 75% según plan de estudio de carrera.

c. Tener aprobadas todas las asignaturas de su plan de estudio.

d. Al becado interno que apruebe su tercer año y se le renueve dicha beca, al año siguiente se le trasladará a beca interna especial. Lo anterior es válido únicamente para los becarios en Managua.

VIII. DISEÑO METODOLÓGICO

Para efectos de sintetizar la relación entre las variables de investigación se definió un esquema en que quedan representadas y se establecen los instrumentos que se usarán para medir y controlar las variables, durante el estudio.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) plantean que el diseño metodológico de la investigación, “es un plan o estrategias que se desarrolla para obtener información que se requiere en una investigación. Como toda investigación debe llevar una serie de pasos donde se debe implementar el desarrollo de la investigación otorgando así una respuesta objetiva a tu investigación” (p. 185).

8.1 Enfoque de la investigación:

Los enfoques de una investigación, según Hernández et al., (2009) “emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento”. (p.14)

El enfoque cuantitativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales (Rodríguez, 1997). En esta investigación el enfoque Cuantitativo se usó para la recolección de datos numéricos, para dar respuestas a las preguntas directrices, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, y así establecer patrones de comportamiento y sustentar las teorías. El estudio de corte cuantitativo pretendió la explicación de habituar la realidad social desde una perspectiva externa y objetiva.

Sin embargo, se apoyó del enfoque cualitativo, para sustentar y fortalecer algunos aspectos que, a través de una entrevista a una especialista en la materia en estudio, quedarán mejor explicados y verificados.

8.2 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, debido a que se dedica a establecer una descripción lo más completa posible de un fenómeno, situación o elemento concreto, sin buscar ni causas ni consecuencias de este. De acuerdo al tiempo, el estudio es retrospectivo y según el periodo y secuencia del estudio es transversal.

8.3 Población

La Población en estudio, está comprendida por los 382 estudiantes de ambos turnos de la Carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua.

8.4 Muestra

Hernández et al., (2014) mencionan que para seleccionar la muestra, primero se debe definir la unidad de análisis, en este caso serán los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

La muestra, según (Op. Cit) se define de la siguiente manera: “La muestra es un subgrupo de la población, un sub conjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto en sus características al que llamamos población” (p.207).

La muestra que se ha seleccionado para efectos de recopilar la información, de 32 estudiantes, considerando que son una cantidad representativa de la población y se considera no probabilístico, es decir por conveniencia, ya que la población en estudio no es tan extensa, para una mejor comprensión se ha desarrollado la siguiente tabla para definir los datos que describen a la muestra.

Año académico	Lugar de origen	Cantidad de estudiantes
5to	Jinotega	3
	León	1
	Matagalpa	3
	Madriz	1
	Masaya	2
	Rivas	2
	Estelí	1
4to	Rio San Juan	1
	Granada	1
	Nueva Segovia	1
	Rivas	2
3ro	Carazo	1
	Matagalpa	2
	Bluefields	1
	Boaco	1
	Masaya	2
	Rio San Juan	1
2do	Bluefields	1
	Rivas	1
	Estelí	1
	Matagalpa	1
1ro	Rivas	2

Tabla No. 1: Departamentos de origen de los encuestados

8.5 Métodos y técnicas utilizados para la recolección y el análisis de datos:

Con el objetivo de extraer una información basta y que permita una explicación concisa de la situación del fenómeno en estudio y proporcionada directamente por los individuos involucrados, se determinó aplicar encuestas como instrumentos para conocer los factores que inciden en la construcción del Mercado Lingüístico de los estudiantes internos, además

para describir los aspectos socioculturales vinculados al Mercado Lingüístico. No obstante como segunda opción se usará, además, la técnica de entrevista para atender casos que resultan necesarios y fundamentales en el proceso de investigación.

La triangulación es una técnica de análisis de datos que se centra en el contrastar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados. Por medio de esta se mezclan los métodos empleados para estudiar el fenómeno, bien sea aquellos de orientación cuantitativa o cualitativa. Su propósito o finalidad es la contraposición de varios datos y métodos que están centrados en un mismo problema, así se pueden establecer comparaciones, tomar las impresiones de diversos grupos, en distintos contextos y temporalidades, evaluando así el problema con amplitud, diversidad, imparcialidad y objetividad.

Al respecto, Vallejo y Finol de Franco (2009) en su artículo de investigación titulado: La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones Educativas destacan lo siguiente:

La triangulación en la investigación social presenta muchas ventajas porque el utilizar diferentes métodos, éstos actúan como filtros a través de los cuales se capta la realidad de modo selectivo. Por ello conviene recoger los datos del evento con métodos diferentes: si los métodos difieren el uno del otro, de esta manera proporcionarán al investigador un mayor grado de confianza, minimizando la subjetividad que pudiera existir en cualquier acto de intervención humana (s.p).

Por su parte, Leal (2011) en el libro titulado La Autonomía del Sujeto Investigador y la Metodología de Investigación, se refiere a este tipo de triangulación de este modo: la denomina de métodos y técnicas y expone que tiene que ver con el uso múltiple de métodos para estudiar un problema específico. “Por ejemplo cuando se emplea la técnica de la entrevista como proceso inicial de recolección de información para luego ser contrastado con la observación participante, la discusión grupal o los datos recolectados a través de encuesta” (pág.117).

8.6 Matriz de Operacionalización de Variables de Investigación (MOVI)

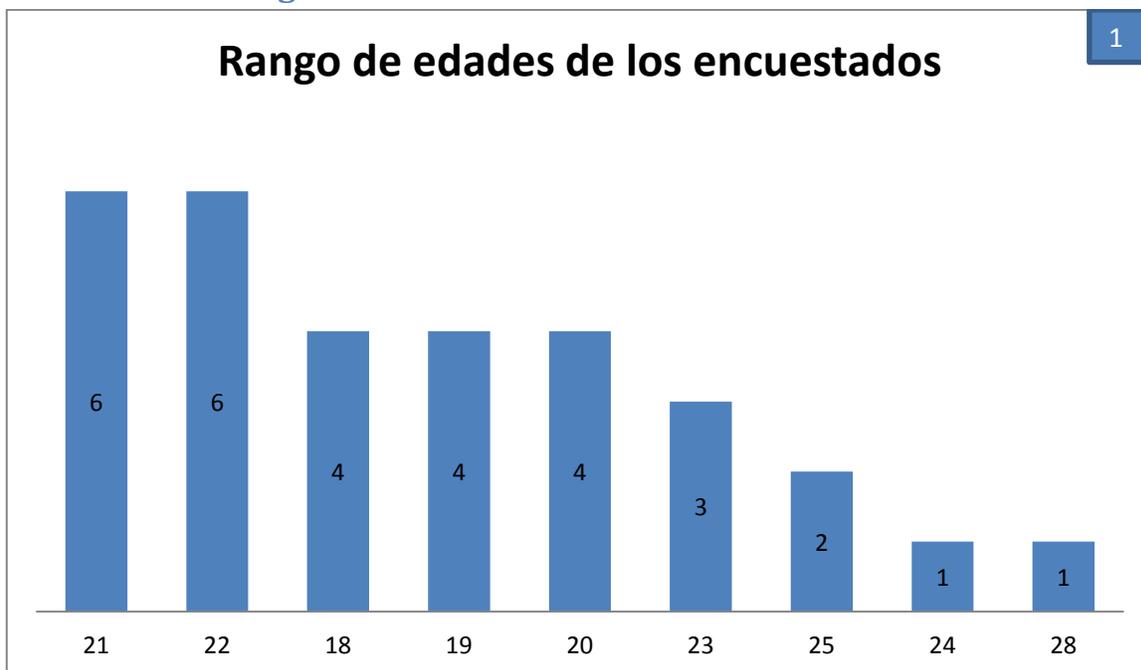
Analizar la influencia del mercado lingüístico en el proceso de profesionalización de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el primer semestre de 2019.

Objetivos	Conceptualización de Variables de Investigación	Indicador # 0% de aspectos a recopilar	Instrumento aplicar
<p>Identificar los factores que inciden en la construcción del mercado lingüístico, a partir de la interacción con la tecnología en los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019.</p>	<p>Factores: Elemento o causa que actúan junto con otros. (RAE, 2018).</p> <p>Mercado Lingüístico: Según Areiza, Cisneros y Tabares (2012). “El Mercado Lingüístico es un conjunto de relaciones con base en las cuales se construye la imagen social. En la cual el usuario acomoda su forma de hablar, a los distintos tipos de relaciones que se establecen, con las personas de su entorno” (p.54).</p> <p>Tecnología: “Es el resultado del saber que permite producir artefactos o procesos, modifica el medio, incluyendo las plantas y animales, para generar bienestar y satisfacer las necesidades humanas” Jiménez</p>	<p>Para alcanzar este objetivo se aplicará instrumento a los 32 estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.</p>	<p>La encuesta será el instrumento que se aplicará para identificar los factores que inciden en la construcción del mercado lingüístico de los estudiantes.</p>
<p>Describir los</p>		<p>Para alcanzar este objetivo se aplicará</p>	<p>El instrumento aplicar es la</p>

<p>aspectos socioculturales vinculados al mercado lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.</p>	<p>Sociocultura: “Estado cultural de una sociedad o grupo social natural de personas que constituyen una unidad distinta de cada uno de sus individuos, que a través de la interacción o la convivencia logran el aprendizaje significativo”, Vygotski, Lev.</p>	<p>instrumento a los 32 estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.</p>	<p>encuesta para identificar, a través de sus repuestas los aspectos socioculturales vinculados al mercado lingüístico en ellos.</p>
<p>Valorar la importancia del mercado lingüístico en el desempeño de los roles en los que participan los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el primer semestre de 2019.</p>	<p>Roles: “Comportamientos o papeles que deben desempeñar un individuo tomando en cuenta la posición social o estatus que ocupa dentro de la sociedad”, Ander-egg.</p>	<p>En este caso se aplicará un instrumento al coordinador de becas de la facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas de la UNAN-Managua.</p> <p>Del mismo modo, los 32 estudiantes internos siguen siendo los individuos a encuestar para alcanzar el objetivo.</p>	<p>El instrumento a aplicar al coordinador de Becas será la entrevista, con el propósito de conocer de forma amplia su opinión.</p> <p>El instrumento para los estudiantes sigue siendo la encuesta para medir la importancia que tiene el mercado lingüístico en los roles que ellos desempeñan.</p>

IX. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Datos Sociodemográficos:



Gráfica 1: Edades de los encuestados

En la gráfica No° 1 se detalla la cantidad de estudiantes por edades que están dentro de la muestra que se escogió para aplicar el instrumento de encuesta, dando que 6 encuestados tienen 21 años al igual que 6 tienen 22, lo que abre posibilidades a que la mayoría de estudiantes ya haya cursado al menos los años académicos básicos de la carrera, y puede ser que sean los que más han adquirido y ampliado sus conocimientos, por otra parte, 4 estudiantes tienen 18 años de edad, del mismo modo 4 dicen tener 19 y 4 tienen 20, seguidos de los 3 que tienen 23, 2 que tienen 25 y finalmente 1 encuestado tiene 24 y el último tiene 28.

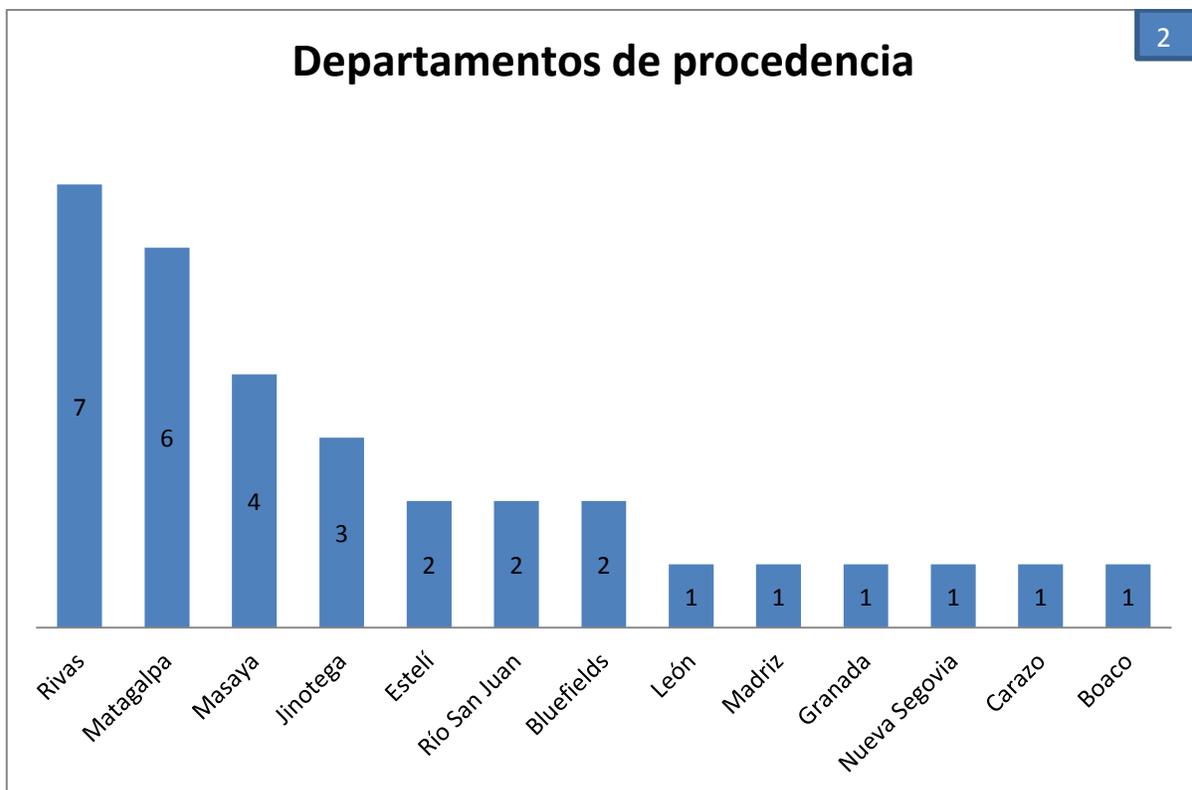


Gráfico 2: Departamentos de procedencia de los estudiantes internos de Comunicación para el Desarrollo

En la Gráfica No° 2 se representan las cantidades de estudiantes que por cada departamento. De los 32 encuestados 7 son originarios de Rivas, 6 de Matagalpa, 4 de Masaya, 3 de Jinotega, 2 de Estelí, seguido de los 2 de Río San Juan y 2 de Bluefields, además se identificó que hay 1 de León, 1 de Madriz, 1 de Granada, 1 de Nueva Segovia, 1 de Carazo y 1 de Boaco, esto refleja la variedad de pueblos, de marcas dialectales y costumbres que están participando en el estudio, lo que le da un valor agregado, pues se está analizando esas modificaciones en las diferentes marcas de 13 departamentos del país.

CAPITULO I: Factores que inciden en la construcción del Mercado Lingüístico, a partir de la interacción con la tecnología en los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019.

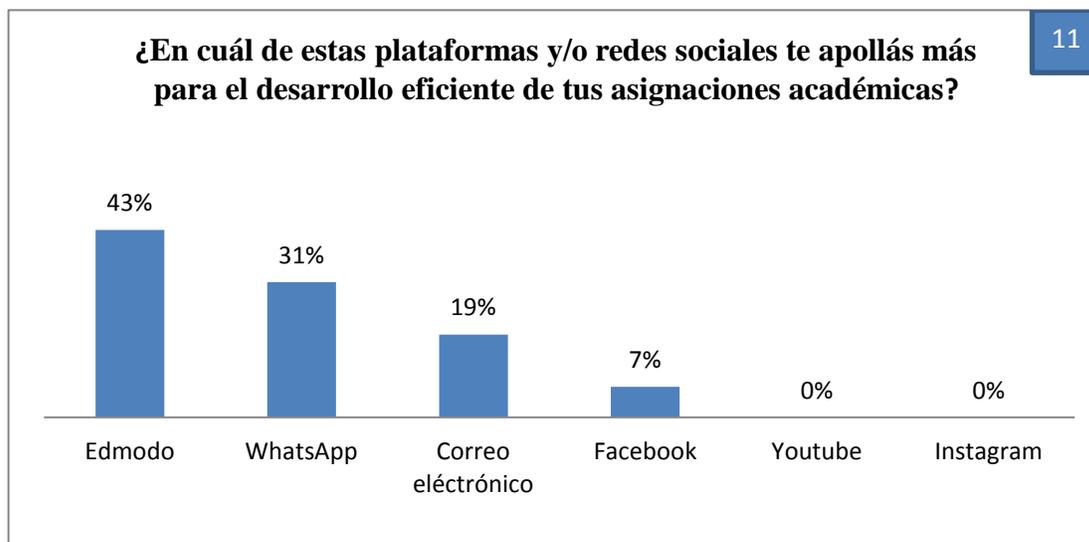
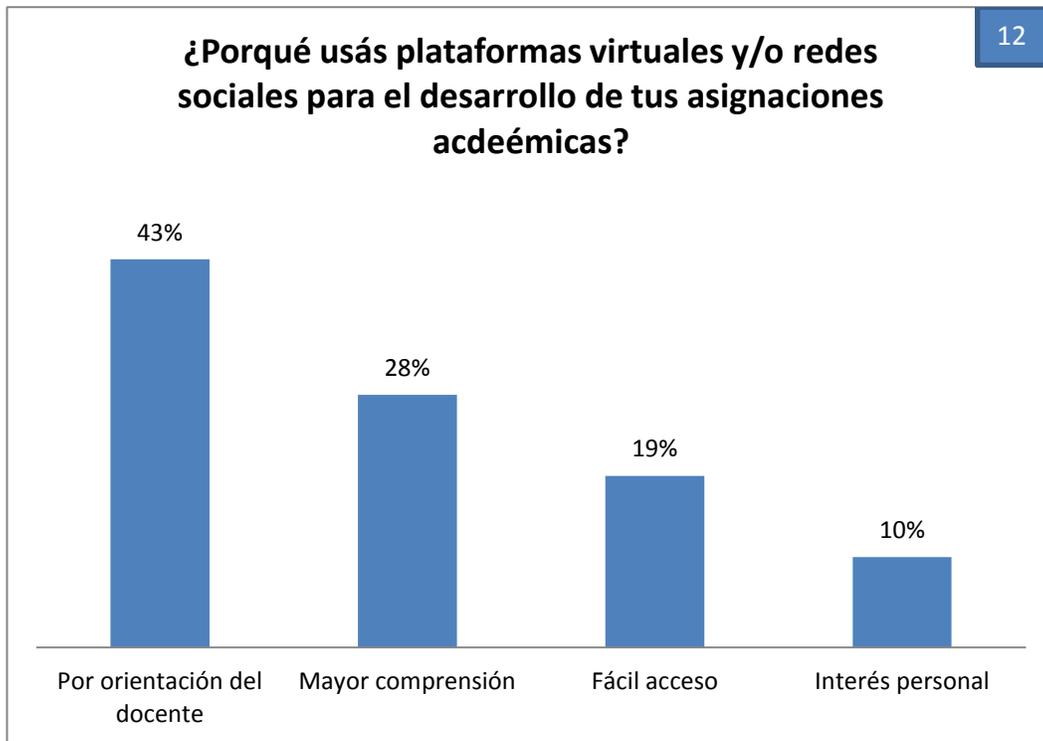


Gráfico No. 11: Plataformas y/o redes sociales en que los estudiantes se apoyan para el desarrollo eficiente de las asignaciones académicas.

En la gráfica No° 11 se muestra que el 43% respondió que la plataforma Edmodo es un espacio usado en las diferentes clases como estrategia de los docentes para un mejor desarrollo de las materias, sin embargo, el 31% de los encuestados respondió que usa la aplicación de mensajería WhatsApp, algo que se ha vuelto común entre la comunidad universitaria, por la facilidad para acceder y el costo que les acarrea, pero es un espacio donde se podría decir, que se da en gran manera el proceso de transformación del lenguaje, puesto que gracias a las funciones que esta aplicación posee, los estudiantes tienden a reemplazar las acciones habituales (escribir, ilustrar, etc) por lo “más actual” (notas de audios), con lo que se pueden producir transformaciones fonéticas, gramaticales y semánticas, además el 19% dijo usar una herramienta convencional, el correo electrónico, lo que de cierta forma obliga a los remitentes a escribir de acuerdo al tipo de personas con las cuales se quieren comunicar, tomando en cuenta que las personas que utilizan esta herramientas son personas con un nivel académico superior, no obstante, hay un 7% que usa la red social Facebook, donde hay un amplio campo de variantes dialectales con las cuales se comunican los usuarios, y por último ninguno de los encuestados usa YouTube e Instagram como herramienta para sus asignaciones. Es válido conocer qué factores influyen para que los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo construyan su mercado lingüístico, y los espacios tecnológicos se han convertido en algo indispensable para el desarrollo de los diferentes espacios en que se ven inmersos, por lo tanto fue esta la razón por la cual se les consultó sobre la plataforma que más utilizan, al menos para el desarrollo eficiente de sus asignaciones académicas.



Gráfica 12: Motivo por el que los estudiantes usan las plataformas virtuales y/o redes sociales.

En el Gráfico No° 12 se refleja que el 43 % de los encuestados respondió que usa las plataformas y/o redes sociales por orientación del docente, es decir, que este proceso de aprendizaje virtual de cierta forma influye en la modificación del lenguajes pues, de acuerdo con lo planteado por Baltodano (2019) *“los muchachos tienen que bajar mucha información de algunos escritores, especialmente cuando no son accesibles, entonces tenemos a disposición las plataformas de la universidad, las bibliotecas virtuales”*, por mencionar algunas, y esto permite que vayan adquiriendo un lenguaje técnico, conociendo cómo hablan ellos, porqué hablan así, y aprendiendo a valorar su lengua durante el proceso de profesionalización, lo que vemos en el segundo resultado, donde el 28 % dice usarlas por el hecho de que los estudiantes adquieren una mayor comprensión usando tales espacios virtuales para realizar sus asignaciones, gracias a la amplitud del lenguaje virtual, por otra parte el 19 % de los encuestados respondió que usan dichas herramientas por el fácil acceso a ellas, y por último el 10 % de ellos dijo que por interés personal han habilitado estas redes o plataformas virtuales para conseguir eficiencia en sus trabajos académicos.

¿Cuál de estas plataformas virtuales y/o redes sociales ha incidido en la transformación de tu forma de hablar?

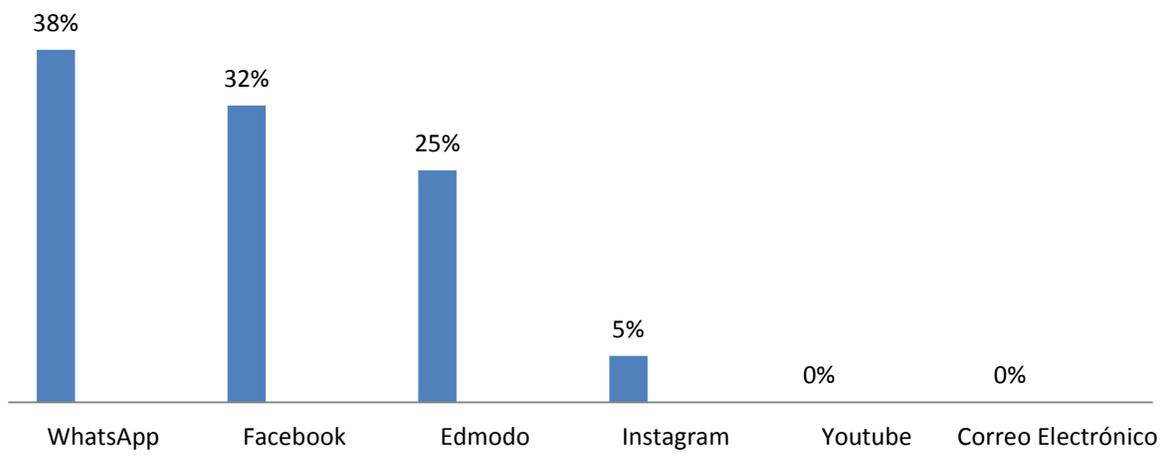
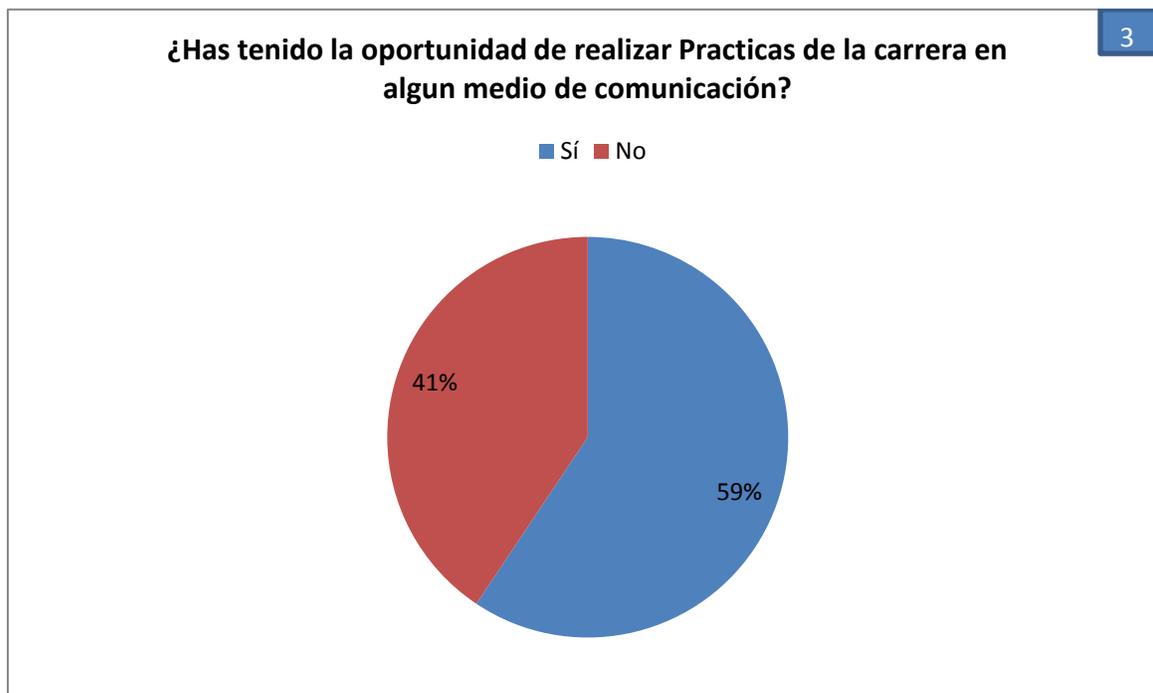


Gráfico 13: Plataformas virtuales y/o redes sociales que han incidido en la transformación de la forma de hablar.

En la gráfica No° 13 se representa que el 38% respondió que a través de WhatsApp ha sido donde mayor mente han adquirido esos cambios en su forma de hablar, mientras que el 32 % respondió que por medio de Facebook han logrado la transformación de su lenguaje durante el proceso de profesionalización, por otra parte el 25 % de los encuestados dijo que la plataforma Edmodo ha sido la principal en la transformación de su lenguaje, y el 5 % afirmó que la red social Instagram ha influido en este proceso, mientras que YouTube y el Correo electrónico no influyen significativamente en la transformación de la forma de hablar. Esta pregunta se hizo con el propósito de que los mismo estudiantes identifiquen a través de qué vías han conseguido crear su mercado lingüístico.

CAPITULO II: Aspectos socioculturales vinculados al mercado lingüístico de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.



Gráfica 3: Oportunidades que han tenido los estudiantes internos para realizar prácticas de la carrea.

En la Gráfica No° 3 se muestra que el 59 % de los encuestados respondió que **“SI” han tenido la oportunidad de hacer prácticas en medio de comunicación**, esto indica que se han enfrentado a circunstancias en las que han tenido que poner en práctica los conocimientos aprendidos durante su proceso de profesionalización, tomando en cuenta que el Mercado Lingüístico, según Baltodano *“son todas las oportunidades que nos ofrece nuestra lengua para saber utilizarla en cualquier contexto social, tomando en cuenta elementos léxicos, fonéticos e incluso morfosintácticos de nuestro español nicaragüense”* (2019), por otro lado el 41 % de los encuestados respondió que **“NO”**, lo que indica que no todos han tenido la oportunidad de ingresar a espacios en los que deban poner en práctica las oportunidades que ofrece nuestra la lengua sobre una línea que sea comprensible para todo receptor, como en los medios de comunicación, donde se debe dejar por un lado el lenguaje que es comprendido solo por los de nuestro entorno, para manejar un lenguaje estándar para todo público.

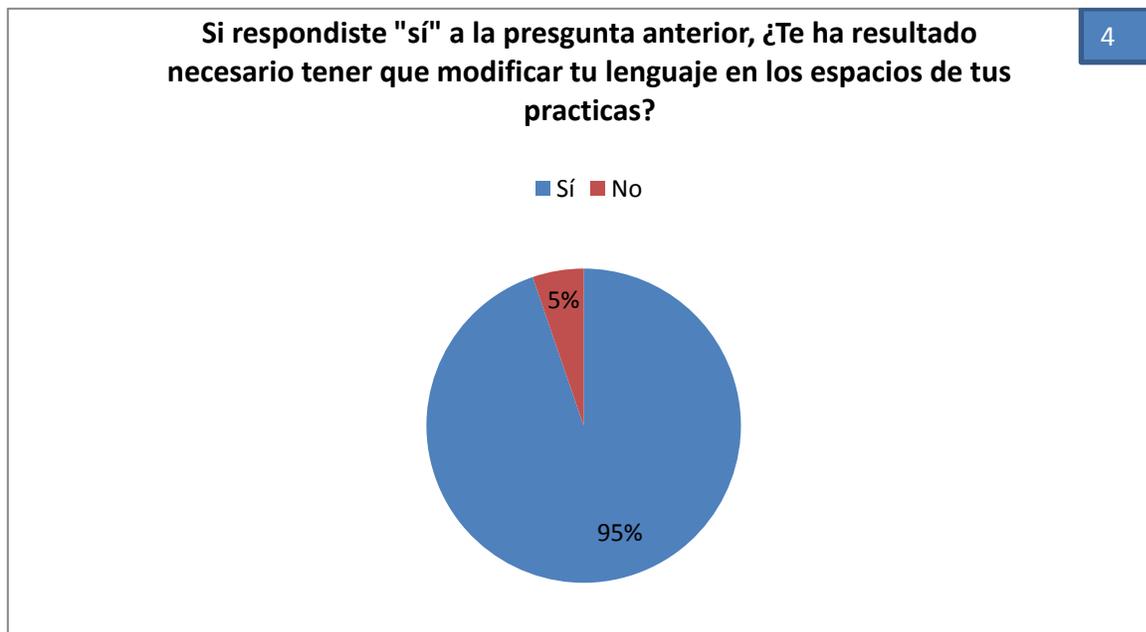


Gráfico 4: Necesidad que han tenido los estudiantes para modificar su lenguaje en los espacios de las prácticas.

En la gráfica No° 4 se refleja que el 95 % de los que en la pregunta anterior dijeron haber tenido la oportunidad de hacer prácticas, ha tenido la necesidad de modificar su forma de hablar para poder ejercer su cargo en esos espacios, una cifra relevante para dar salida a esta interrogante, pues se confirma que en la mayoría de los medios donde es permitido hacer sus prácticas es un lugar donde si hay que transformar el lenguaje con tal de cumplir sus funciones, esto porque según afirma Baltodano (2019) “ *los comunicadores, entre las profesiones, es el que maneja mejor la lengua, porque se están dirigiendo a grandes masas y saben que deben dominarla , además del profesor de español*”, contrario a esto, un reducido 5% dice “**NO**” haber tenido problemas por seguir usando el mismo léxico con el que entró, bien puede ser porque ya contaba con un dominio de lenguaje estándar antes de ingresar, o porque el medio no lo solicitó.

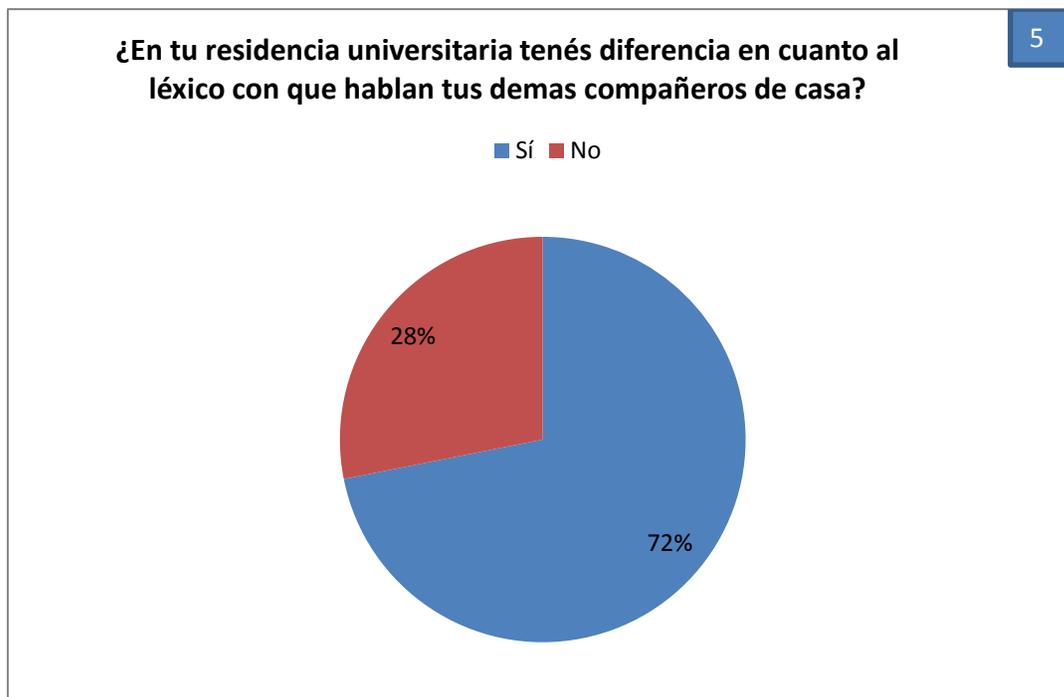
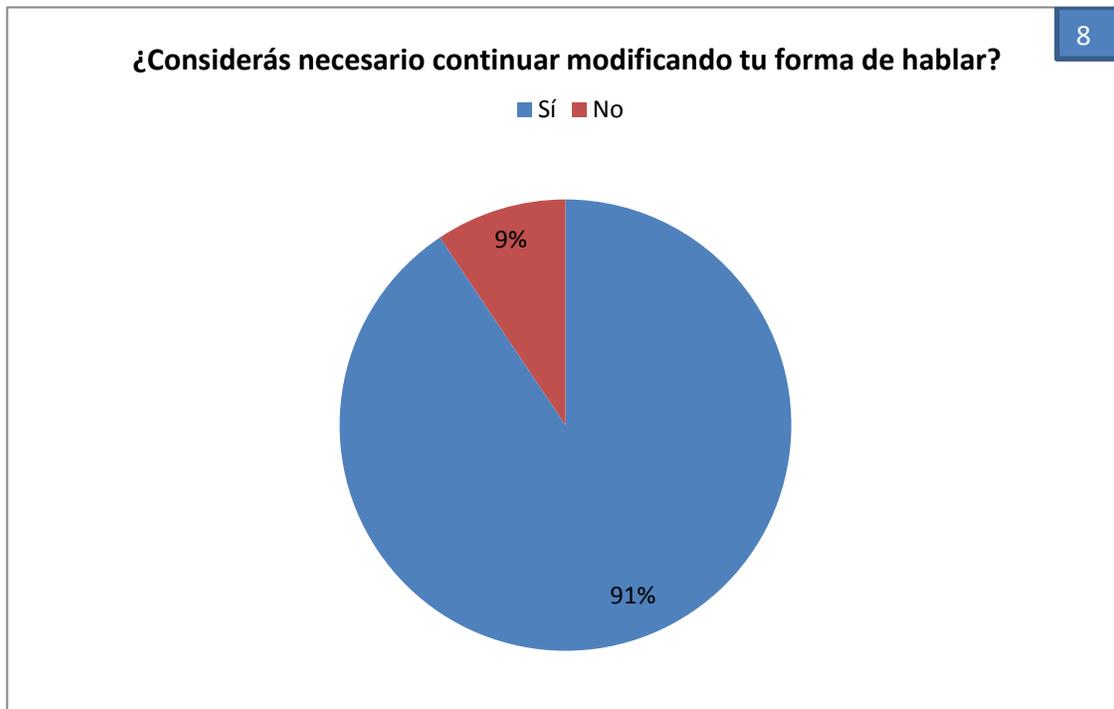


Gráfico 5: Diferencias en las residencias universitarias de acuerdo a la forma en que hablan los compañeros de casa.

En la gráfica No° 5 se muestra que el 72 % de los encuestados dijo que “**SI**” hay diferencias en cuanto a la forma de hablar entre los compañeros de residencia universitaria, puesto que Nicaragua cuenta con un abanico de culturas, dentro de lo que caben las diferentes marcas dialectales que prevalecen en una región más que en otra, por otra parte el 28 % de los encuestados “**NO**” han identificado estas diferencias en la convivencia con otras personas que son provenientes de otros departamentos que no sea el de un estudiante en particular, considerada como otro de los factores socioculturales que puede influir en la transformación del lenguaje.



Gráfica 8: Necesidad que tienen los estudiantes de seguir modificando su forma de hablar.

En el Gráfico No° 8 se refleja que el 91 % de los encuestados respondió que “**SI**” continuar modificando su forma de hablar, puesto que cada vez son más las oportunidades que se dan para los estudiantes de ejercer función en diferentes espacios, y por ende es necesario que manejen niveles de lenguaje adecuados para dirigirse a diferentes receptores, por otro lado el 9 % afirmó que “**NO**” considera necesario modificar su forma de hablar, y de las razones a las que se debe deber esta respuesta es la falta de interés de participar en los diferentes espacios que la universidad brinda o el arraigo de las costumbres para expresarse usadas en sus lugares de origen.

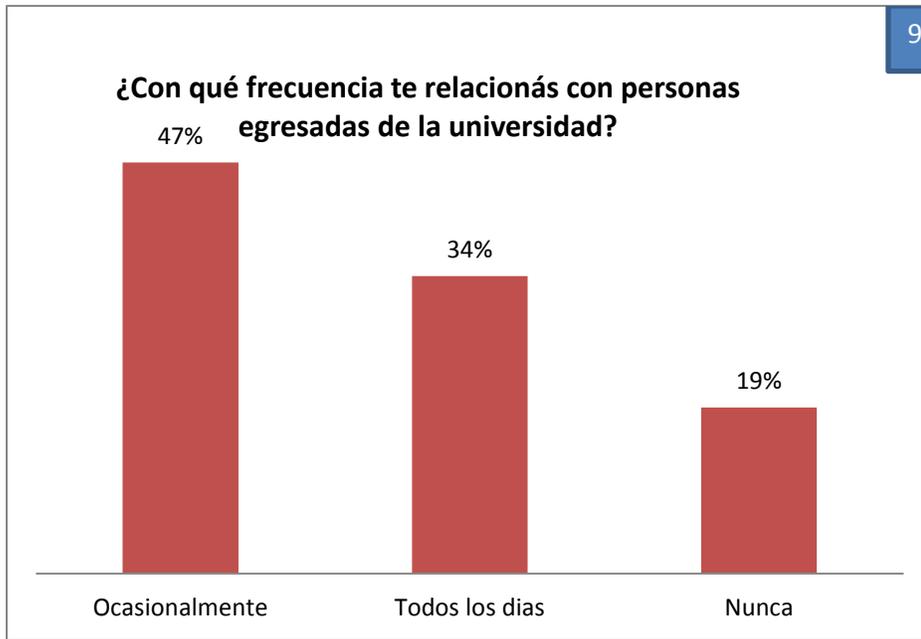
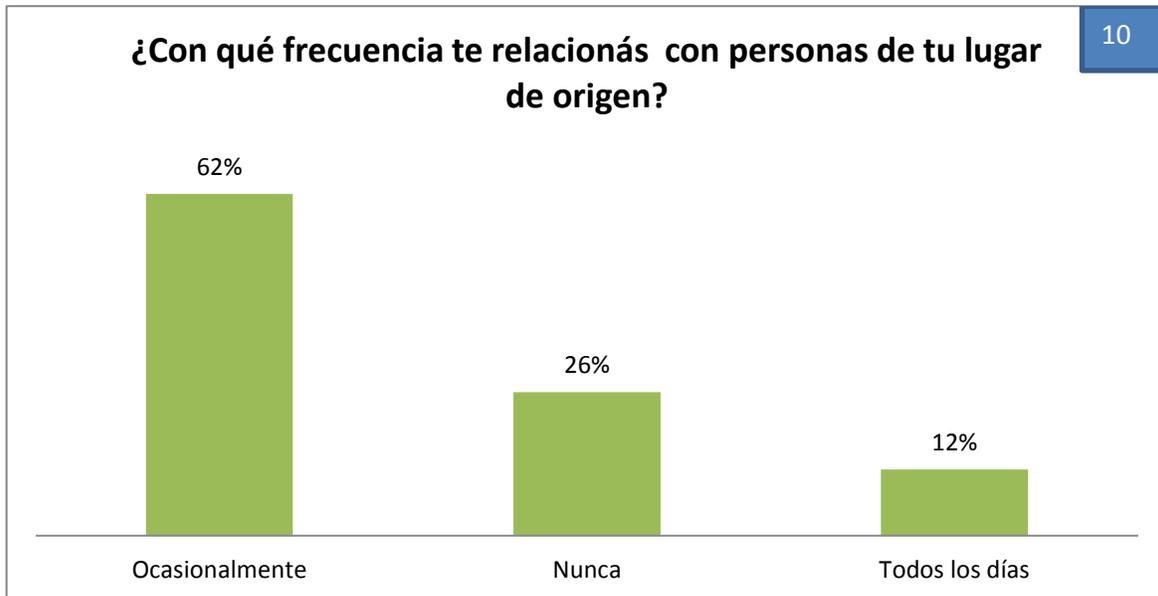


Gráfico 9: Frecuencia con que los estudiantes se relacionan con egresados de la universidad.

En la gráfica No° 9 se representa que el 47% de los encuestados indicó que ocasionalmente se relacionan con personas egresadas de la universidad, es decir que de algún modo, inciden el nivel escolar de las personas con quienes se relacionan a diario, puesto que se supone que los egresados de la universidad llevan una base, al menos teórica sobre el lenguaje, por otra parte, el 34% dijo que todo los días, resultando que una parte significativa a diario escucha, ve o lee formas de expresión de personas que ya han pasado por la universidad, por lo tanto de alguna manera dominan un nivel de lenguaje comprensible y finalmente el 19 % dijo que nunca se relaciona con personas que no sean egresadas de la universidad, exceptuando los maestros, puede ser que por limitarse a participar en espacios en donde lo pudieran conseguir o porque sus espacios de convivencia no son más que las aulas de clases y su residencias universitarias.



Gráfica 10: Frecuencia con que los estudiantes se relacionan con oriundos de sus departamentos.

En la Gráfica N° 10 se refleja que el 62 % respondió que ocasionalmente se relaciona con personas de su lugar de origen, es decir hay mayor probabilidad de que continúen aprendiendo nuevas formas de hablar, para crear su mercado lingüístico, pero sin olvidar lo que desde su infancia han dominado, por las oportunidades que tienen de convivencia con personas que dominan y utilizan los mismos niveles de lenguaje con los que venían al ingresar a la universidad, y con los que se pueden ayudar para conservar los rasgos o marcas en la forma de expresión, contrario a esto, el 26 % dijo que nunca se relacionan con personas oriundas de su lugar de procedencia, en algunos casos porque se han hecho independientes, otros porque no cuentan con los recursos para hacerlo entre otras condiciones, y finalmente el 12 % dijo que todos los días porque puede haber mayor confianza, al menos con la familia, mejores recursos, por la cercanía en que viven aun estando en las residencias universitarias.

CAPITULO III: Importancia del mercado lingüístico en el desempeño de los roles en los que participan los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el primer semestre de 2019.

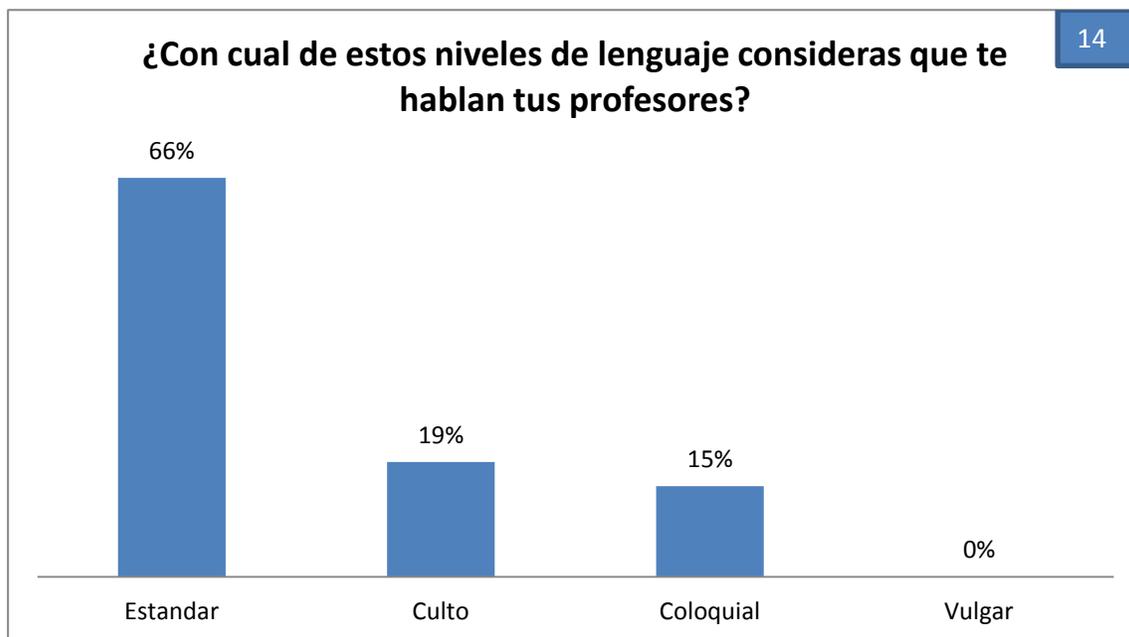


Gráfico 14: Niveles de lenguaje con que le hablan los profesores a los estudiantes.

En la gráfica No° 14 se muestra que el 66% de los encuestados identifican que los profesores les hablan en un nivel estándar, fácil de comprender y de adaptar, a la vez necesario para desarrollarse en diferentes espacios, por otro lado, el 19 % dijo que los profesores les hablan en un nivel culto de lenguaje, lo que hace de cierta forma un poco más difícil de comprender al inicio, pero una vez que se copia forma parte del mercado lingüístico de cada uno y así mejoran las relaciones interpersonales a través del habla, mientras que el 15 % asegura que el nivel coloquial predomina en sus docentes y ninguno ha identificado a un maestro con un nivel vulgar de lenguaje, esto resulta llamativo pues los profesores forman parte fundamental en la inclusión de esos nuevos términos en los estudiantes, puesto que por su nivel de preparación académica sirven como un modelo a seguir en diferentes circunstancias, una de ellas es en la forma de hablar.

¿Cuáles de estos niveles de lenguaje sos capaz de dominar en una conversacion?

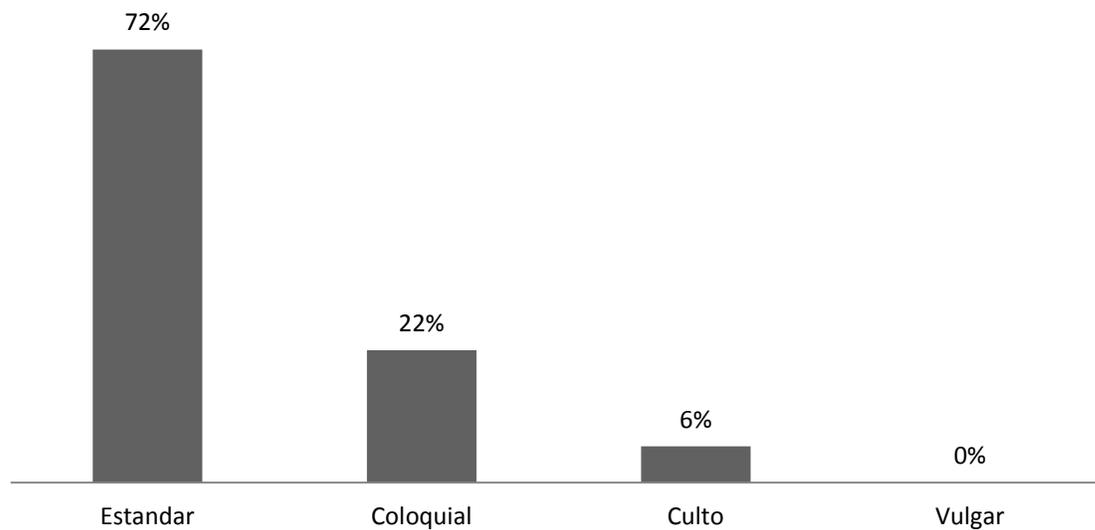


Gráfico 15: Niveles de lenguaje que dominan en una conversación los estudiantes internos.

En la gráfica No° 15 se refleja que el 72% de los encuestados dice ser capaces de dominar un nivel estándar del lenguaje, a pesar de proceder de zonas del país donde anteriormente usaban formas de expresión marcadas según su lugar de origen, pero el 22 % aún dice dominar el nivel coloquial, es decir ese registro informal que varía en función del dialecto geográfico que aparece según donde sea conveniente, seguido de un mínimo 6 % dijo dominar un nivel culto, finalmente nadie reflejó usar o dominar el nivel de lenguaje vulgar, entendiendo este como el que se utiliza en contextos de poca cultura, con pocas palabras técnicas y oraciones cortas y sin terminar.

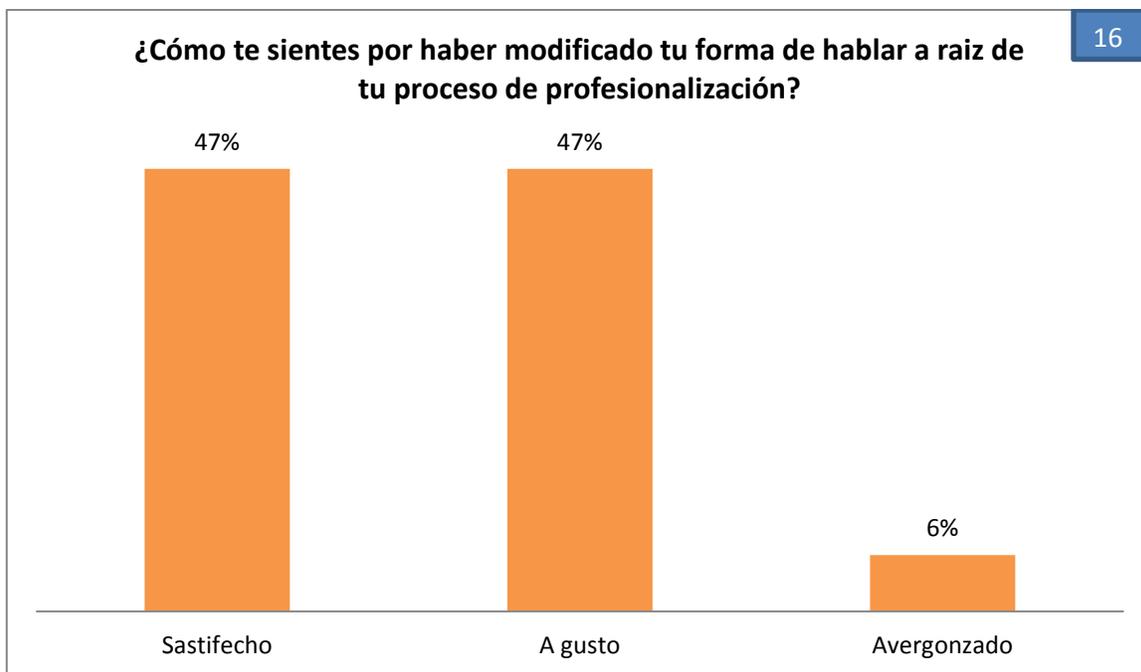


Gráfico 16: Sentir de los estudiantes por haber modificado su forma de hablar.

En el gráfico No° 16 se representa que el 47 % dice estar *sastifecho* por haber modificado su lenguaje, es decir hay estudiantes que si han tomado como importante y necesario este proceso que no los hace extraños a sus costumbres, sino que han ampliado sus conocimientos según las circunstancias que en el proceso de profesionalización van surgiendo, tomando en cuenta que es una profesión con la cual se puede tener la oportunidad de dirigirse a un público amplio y variado, seguidamente el otro 47 % dice estar *a gusto*, casi completo con los conocimientos adquiridos, lo que permite que sea posible poner en práctica lo nuevo, pero el 6% afirma estar *avergonzado*, pues seguramente se han enfrentado a situaciones en las que debe cambiar su forma de hablar sin querer, porque en su lugar de origen se sienta como un extraño hablando de una forma a la que no está acostumbrado su entorno o como lo menciona Baltodano “*ese cambio radical que queremos para que nos sintamos en confianza*” (2019).

X. CONCLUSIONES

- 1- El uso de las diferentes herramientas tecnológicas que el estudiante interno debe usar para el eficiente desarrollo de sus asignaciones se considera como un factor que incide en la construcción del Mercado Lingüístico, debido a las necesidades que tienen de ingresar a bibliotecas y plataformas virtuales para investigar; y los grupos en redes sociales para interacción entre los compañeros de clases. El contenido de las diferentes herramientas tecnológicas y la práctica en las diferentes asignaturas fortalecen el conocimiento del estudiante.

- 2- El Mercado lingüístico no surge por coincidencia, se da a raíz de los diferentes espacios en los que una persona, en este caso el estudiante interno de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, interactúa, tomando en cuenta que por la naturaleza de la profesión en diferentes circunstancias se dirige a grupos numerosos de personas. Además la convivencia entre los compañeros de residencia universitaria es considerada como un factor sociocultural que influye en la construcción del mercado lingüístico debido a que ellos deben adecuar su léxico al del otro para poder comprender los mensajes por las marcas léxicas que cada uno posee.

- 3- Aunque los docentes respetan las variedades en la lengua de los estudiantes, estos adoptan nuevas palabras o tratan de buscar sinónimos según el nivel del lenguaje con el que se hable en sus aulas de clases, para poder sentirse en confianza y ser entendido, teniendo en cuenta que la educación integral que imparte la UNAN-Managua brinda más oportunidades sociales a los estudiantes internos, pero esto los lleva a espacios en los que deben adecuar su lenguaje según la necesidad de comunicarse y de convencimiento, puesto que el comunicador debe ser el segundo profesional, después del profesor de español, el que maneje mejor la lengua, por tener en sus manos herramientas poderosas para llegar a muchas personas con diferentes construcciones socioculturales.

XI. RECOMENDACIONES

1- Que el uso de las plataformas virtuales y o redes sociales para fines académicos no limite la práctica en las aulas de clases, para que los estudiantes no adquieran únicamente términos técnicos.

2- Que se promuevan actividades en las que los estudiantes logren poner en práctica las variantes léxicas, para que, a pesar de adquirir nuevos conocimientos, no desaprenda sus raíces y no influya en la transformación de las variantes léxicas de su región una vez egresado de la universidad.

3- Que se promueva aún más el respeto entre los compañeros de clases, para que, sin importar el lugar de procedencia, se acepte la forma de hablar del otro y que todos aprendan juntos ya que parte de los aportes del Mercado Lingüístico radican en la mezcla de las diferentes formas, realizaciones y modos en que las personas (en este caso los estudiantes) confluyan en el contexto de dicho fenómeno.

XII. LISTA DE REFERENCIAS

- Aijón, M., Borrego, J. (2013). La Variación Gramatical como forma y significado: El uso de los críticos verbales en el español peninsular. Salamanca, España. Recuperado de: <https://bit.ly/2Q6RctV>
- Areiza L., Tabares, R. y Cisneros, O. (1999). “Gramáticas y forma de vida”. En Revista de Ciencias Humanas. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Coseriu, E. (1986). Introducción a la lingüística de Eugenio Coseriu. Rumania.
- Díaz, S. (2009). Plataformas educativas, un entorno para profesores y alumnos. Andalucía, España. Recuperado de: <https://bit.ly/2K5nZvF>
- Hernández, R, Fernández, C, Baptista, P. (Ed. 6ta) (2014) Metodología de la investigación.
- Leal Gutiérrez, J. (2011). La Autonomía del Sujeto Investigador y la Metodología de Investigación. Venezuela, 3ra Edición.
- Mántica, C. (1989). El habla nicaragüense y otros ensayos. Carlos Mántica Abaunza. 1 ed. San José, Costa Rica.
- Matuz, R. (2002). Estudios sobre el español nicaragüense. Nicaragua. Matus Lazo Ediciones.
- Montes, J. (1979). El concepto de norma lingüística. Colegio de México. México. Recuperado de: <https://bit.ly/32Fs9AB>
- Palma, H. (2016). Enciclopedia de Lingüística Hispánica. Routledge. (Vol. 1)
- Real Academia Española. (2011). Nueva Gramática de la Lengua Española. España.
- Santamaría, F. (2008). Redes Sociales y Comunidades educativas. Posibilidades pedagógicas. León, España.
- Vallejo, R., Finol de Franco., M. (2009). La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones. Recuperado de: <http://normasapa.net/triangulacion-definiciones-tipos/>

ANEXOS

Protocolo de encuesta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Recinto Universitario “Rubén Darío”
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
Comunicación para el Desarrollo**

Estimados (as) estudiantes, la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar la información sobre la influencia del Mercado Lingüístico en el proceso de profesionalización de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, por la cual se requiere que responda de manera objetiva cada pregunta, marcando con una “X” la respuesta que más se aproxima a su opinión.

Datos generales:

Año académico: _____

1. Edad _____ 2. Lugar de Procedencia _____

3- ¿Has escuchado alguna vez el término Mercado Lingüístico?

- a) Si
- b) No

4- ¿En cuál de estas plataformas virtuales y/o redes sociales te apoyás más para el desarrollo eficiente de tus asignaciones académicas?

- a) Edmodo
- b) WhatsApp
- c) Correo Electrónico
- d) Facebook
- e) YouTube
- f) Instagram

5- ¿Cuál de estas plataformas y/o redes sociales ha incidido en la transformación de tu forma de hablar?

- a) Edmodo
- b) WhatsApp

- c) Correo Electrónico
- d) Facebook
- e) YouTube
- f) Instagram

6- ¿Por qué usás plataformas virtuales y/o redes sociales para el desarrollo de tus asignaciones académicas?

- a) Por orientación del docente
- b) Mayor comprensión
- c) Fácil acceso
- d) Interés personal

7- ¿Notás alguna diferencia en la forma que hablás en relación a como hablabas antes de ingresar a la universidad?

- a) Si
- b) No

8- ¿Has tenido la oportunidad de realizar Prácticas de la carrera en algún medio de comunicación?

- a) Si
- b) No

9- Si respondiste “SI” a la pregunta anterior, ¿Te ha resultado necesario tener que modificar tu lenguaje en los espacios de tus prácticas?

- a) Si
- b) No

10- ¿En tu residencia universitaria tenés diferencia en cuanto al léxico con que hablan tus demás compañeros de casa?

- a) Si
- b) No

11- ¿Has sido objeto de burla por la forma en que hablás?

- a) Si
- b) No

12- Si respondiste “SI” a la pregunta anterior ¿Te afecta de algún modo el hecho de que se burlen de tu forma de hablar?

- a) Si
- b) No

13- ¿Con que frecuencia te relacionas con personas egresadas de la universidad?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) Ocasionalmente
- d) Casi todos los días
- e) Todos los días

14- ¿Con que frecuencia te relacionas con personas oriundas de tu lugar de origen?

- a) Nunca
- b) Casi Nunca
- c) Ocasionalmente
- d) Casi todos los días
- e) Todos los días

15- ¿Con cuál de estos niveles de lenguaje considerarás que te hablan tus profesores?

- a) Culto
- b) Vulgar
- c) Coloquial
- d) Estándar

16- ¿Cuáles de estos niveles de lenguaje sos capaz de dominar en una conversación?

- a) Culto
- b) Vulgar
- c) Coloquial
- d) Estándar

17- ¿Cómo te sentís por haber modificado tu forma de hablar a raíz del proceso de profesionalización?

- a) Satisfecho
- b) A gusto
- c) Avergonzado

18- ¿En cuál de estos campos de la lingüística consideras que has cambiado desde tu ingreso a la universidad?

- a) Fonética
- b) Semántica

c) Gramática

19- ¿Cuál de estos campos de la lingüística te ha costado más modificar durante el proceso de profesionalización?

a) Gramática

b) Semántica

c) Fonética

20- ¿Consideras necesario continuar modificando tu forma de hablar?

a) Si

b) No

Protocolo de Entrevista:



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación Para el Desarrollo

Estimada profesora, la siguiente entrevista tiene como objetivo recopilar su punto de vista sobre la influencia del Mercado Lingüístico en el proceso de profesionalización de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, de ante mano agradecemos su sinceridad y disposición a las respuestas.

Nombre: Msc. Hilda Baltodano Reyes

Cargo: Profesora de Lengua y Literatura Hispánicas, Facultad de Educación e idiomas, UNAN-Managua.

1- ¿Cuál es su concepción sobre Mercado Lingüístico?

Considero que el Mercado Lingüístico son todas las oportunidades que nos ofrece nuestra lengua para saber utilizar la lengua en cualquier contexto social, tomando en cuenta elementos léxicos, fonéticos e incluso morfosintácticos de nuestro español nicaragüense.

2- ¿Cuáles considera que son los factores que influyen en la construcción del mercado Lingüístico?

Influyen, en primer lugar los contextos sociales, históricos, por ejemplo, si se hará un discurso, hay que saber cuáles son las palabras que te ayudarán a llegar a esas personas, entonces en el caso del comunicador, mientras más conocimientos tenga sobre alguna determinada profesión tendrá más posibilidades, no solamente de comunicación, sino de convencimiento, de igual forma hay situaciones en las que hemos de saber qué palabras vamos a utilizar, donde las vamos a utilizar y a quién se las vamos a decir. De igual forma influyen factores culturales, por ejemplo, hablando de palabras tabudisadas, si la persona sabe cómo sustituirlas en un momento determinado va ganando terreno. El comunicador durante sus clases adquiere un lenguaje técnico, pero en la vida real no le hablará así a las personas porque no van a entenderle, entonces es cuando viene la utilidad de la jerga, por ejemplo.

3- ¿Dónde radica la importancia del mercado lingüístico para los estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo?

Hay muchísima importancia, porque los comunicadores, entre las profesiones, es el que maneja mejor la lengua, porque se están dirigiendo a grandes masas y saben que deben dominarla, además del profesor de español, porque tiene que conocer todas las ramas de las profesiones, para que luego no diga, 'es que yo no puedo trabajar ahí porque no es lo mío, además de que llega a cualquier cultura y la mayoría de personas e incluso puede crear palabras tomando en cuenta la necesidad del usuario y luego proyectarlas a través de todos los medios.

4- ¿Cómo influye el mercado Lingüístico en los dialectos propios de las comunidades de donde vienen los estudiantes internos de comunicación para el desarrollo?

Tomando en cuenta que el Mercado Lingüístico es amplio, cuando uno llega de una región determinada tiene un conocimiento propio de la región, nada más, entonces cuando llega a la universidad, se encuentra algo más amplio y también profundo de acuerdo a la profesión, entonces en el estudiante interno tiene la oportunidad de conocer más personas, porque a diferencia de los demás compañeros que solo llegan a la aula de clases a recibir las materias, ellos están en contacto con otras personas, posiblemente de otros lugares, por lo que ellos van creciendo de forma positiva, por ejemplo, me he encontrado muchachos de otros lugares y se encuentran con jóvenes “modernos”, con más conocimiento de otra rama que ellos no la utilizan en su comunidad, ellos tendrán la oportunidad de ampliar su campo de trabajo, de viajar o vivir en un entorno en el que no están acostumbrados.

5- Durante su experiencia de docente ha identificado actitudes de discriminación de un estudiante a otro por su forma de hablar?

Sí, pero muy pocas veces, tal vez en dos ocasiones, porque cuando yo llego les hablo que debemos respetar las variedades de nuestra lengua, y eso debe fortalecerlos a saber que hablamos diferentes no solo en comparación a otros países, sino en nuestro mismo sector, pero si en una que otra vez ya se les ha escapado señalarlos, por ejemplo por el cantadito que tienen los norteños, así como palabras que no se entienden y los compañeros dicen: ¿Qué? ¿Qué dijiste?, entonces tratan de buscar un término que funja como sinónimo que sea más usado y así van adaptando nuevas palabras, pero si se sienten de cierta manera con un bullying no tan notorio como en otros casos de personas maltratadas, pero si pueden sentir que no se está respetando su forma de hablar, y es ahí cuando ellos cambian, por ejemplo el uso del voz y el usted, en la zona norte ustedean en contextos de confianza, de familiaridad y al venir a la universidad sus compañeros dicen ¡no, no me digás usted, decime vos!, entonces ese cambio radical que queremos para que nos sintamos en confianza, y luego ellos regresan a su territorio tratando de

cambiar porque se tienen que acoplar porque sienten que no caben, al final eso ha influido mucho en los cambios en las regiones, porque los profesionales cuando regresan con una formación diferente en su léxico, van dejando atrás algunos términos los van cambiando y van cambiando la forma de hablar en sus regiones.

6- ¿Qué herramientas tecnológicas usa para el desarrollo de sus asignaturas a estudiantes de Comunicación Para el desarrollo?

Cómo tenemos una asignatura que tienen que ver con el lenguaje en internet, los muchachos tienen que bajar mucha información de algunos escritores, especialmente cuando no son accesibles, entonces tenemos a disposición las plataformas de la universidad, las bibliotecas virtuales, pero hay que tomar en cuenta donde están en cuenta los textos que necesitan ellos.

7- ¿Inciden de alguna forma las herramientas que usted utiliza en la transformación del lenguaje de los estudiantes internos de Comunicación?

Quizá adquiriendo un lenguaje técnico, conociendo cómo hablan ellos, porque hablan así, aprenden a valorar su lengua y se dan cuenta por qué el cambio de su lengua y al final saben que esa diversidad hace que sea muy rico el español nicaragüense, de igual forma conocen que hay otras lenguas indígenas en nuestro país, y no solo se hace con las herramientas sino que con la práctica y el rose con otros compañeros de la costa caribe por ejemplo.

¿Has escuchado alguna vez el término Mercado Linguístico?

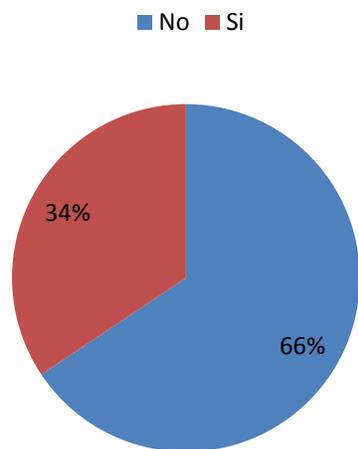


Gráfico No° 3: Dominio del termino Mercado Lingüístico por parte de los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

En el Gráfico No° 3, se reflejan que el 66% de los encuestados dice “NO” haber escuchado el termino Mercado Lingüístico, lo que indica que ellos van ampliando su forma de hablar, según las oportunidades que tengan de relacionarse pero no saben cómo se llama ese proceso que están viviendo, por otra parte, el 34 % dice “SI” haber escuchado el termino, eso dice que al menos una parte de ellos conoce a qué se debe y valoran más las modificaciones que tienen en su lenguaje.

¿Has sido objeto de burla por la forma en que hablás?

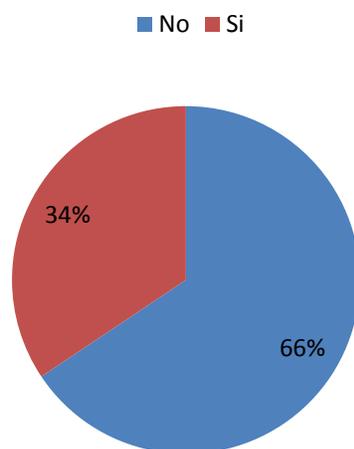


Gráfico No° 4:

En el Gráfico No° 4, se demuestra que el 66 % de los estudiantes encuestados dice “NO” considerarse un objeto de burla por la forma de hablar, es decir, la sociedad en la que está conviviendo, su entorno y los espacios en los que se desarrolla cada vez más aceptan las diferencias, eso es algo positivo para el desarrollo de los seres humanos, pues ya no hacen sentir mal al otro por sus diferencias, pero esto no se ha conseguido por casualidad, sino por el esfuerzo que cada día hacen los docentes por fortalecer relaciones respetuosas, así lo confirma Baltodano (2019) al manifestar que ella les habla a sus estudiantes que deben *“respetar las variedades de nuestra lengua, y eso debe fortalecerlos a saber que hablamos diferentes no solo en comparación a otros países, sino en nuestro mismo sector”*, al contrario, juntos tratan de fortalecer los conocimientos compartiendo las particularidades de cada quien, no obstante el 34% de los encuestados si dicen haberse sentido en algún momento como un objeto de burla, y es que aún nada es perfecto, aún hace falta mejorar muchas cosas para que la sociedad vaya encaminada hacia una convivencia inclusiva y respetuosa.

Si respondiste "si" a la pregunta anterior, Te afecta de algun modo el hecho de que se burlen de tu forma de hablar?

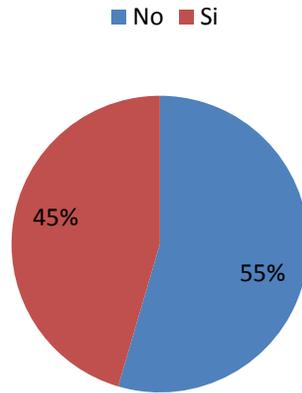


Gráfico No° 8: Efecto en los estudiantes por las acciones de burla por su forma de hablar.

En el Gráfico No° 8 se muestra que el 55 % de los que en la pregunta anterior dijeron que “SI” son objeto de burla, no les afecta de alguna manera, es decir, a pesar de que hayan personas que no toleren o no quieran aceptar sus diferencias, en estos estudiantes no influye esa reacción, y así irán demostrando que con esas actitudes de burla no consiguen repercutir sobre el otro, pasan desapercibidos, sin embargo, el 45 % de ellos dice que si le afecta de alguna manera, esto porque sigue siendo evidente las diferencias que hay en la sociedad, no todos saben asimilar esas conductas de la mejor manera, o tal vez no han sido educados para tolerar a alguien que no está de acuerdo con su forma de ser, eso motiva a que se trabaje por disminuir cada vez, las acciones de irrespeto por la identidad del otro.

¿En cual de estos campos de la lingüística consideras que has cambiado desde tu ingreso a la universidad?

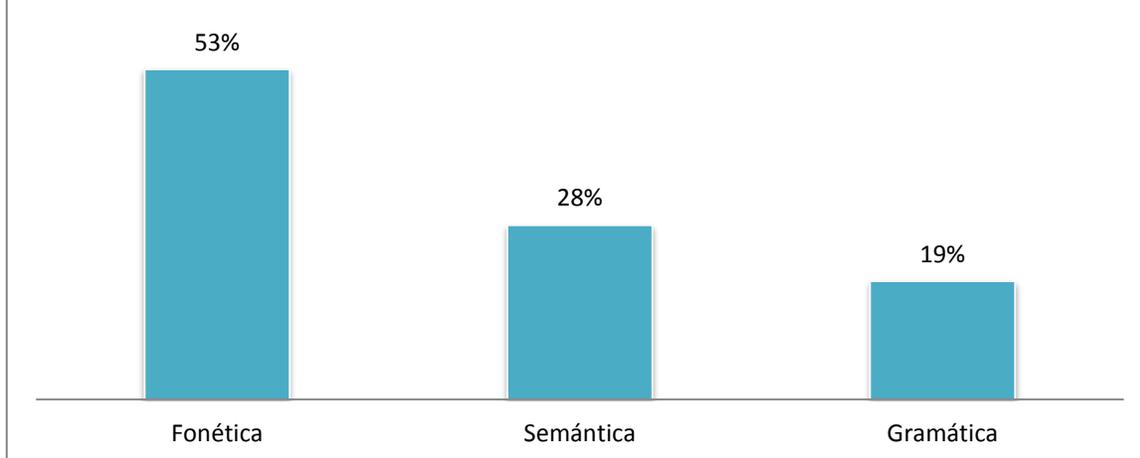


Gráfico No° 19: Campos de la lingüística en que los estudiantes han cambiado desde su ingreso a la universidad.

En el Gráfico No° 19 se refleja que el 53 % de los encuestados ha identificado cambios en la fonética de su lenguaje, es decir, ya no pronuncian igual que antes las palabras o los enunciados, han adaptado su forma de expresar las palabras de acuerdo al modelo que más escuchan a diario, ahora bien, el 28 % dice haber cambiado en la semántica de su lenguaje, es decir están usando nuevas palabras, han aprendido a significar las palabras y por ende a usarlas en los contextos que mejor calcen, y finalmente el 19 % dice estar empezando a modificar en la gramática, es decir en la forma de estructurar las palabras y sus expresiones, con eso se logra la elocuencia a la hora de hablar y así darse a entender mejor al receptor.

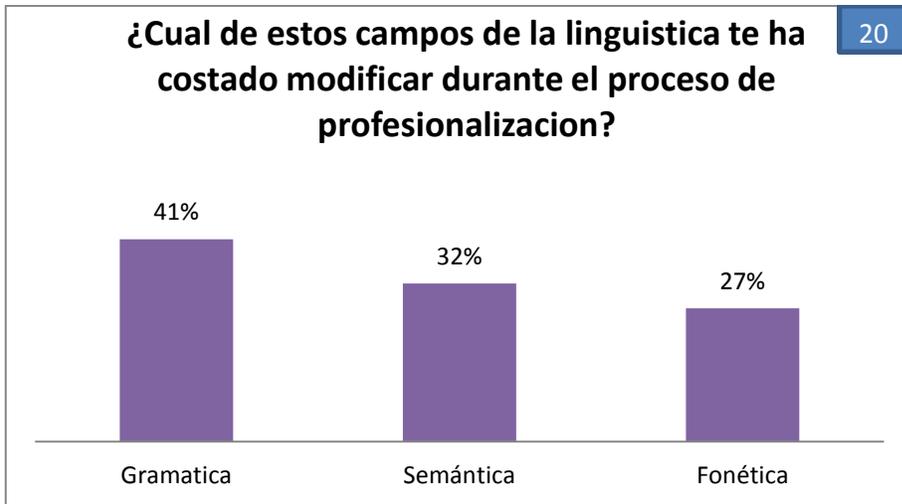
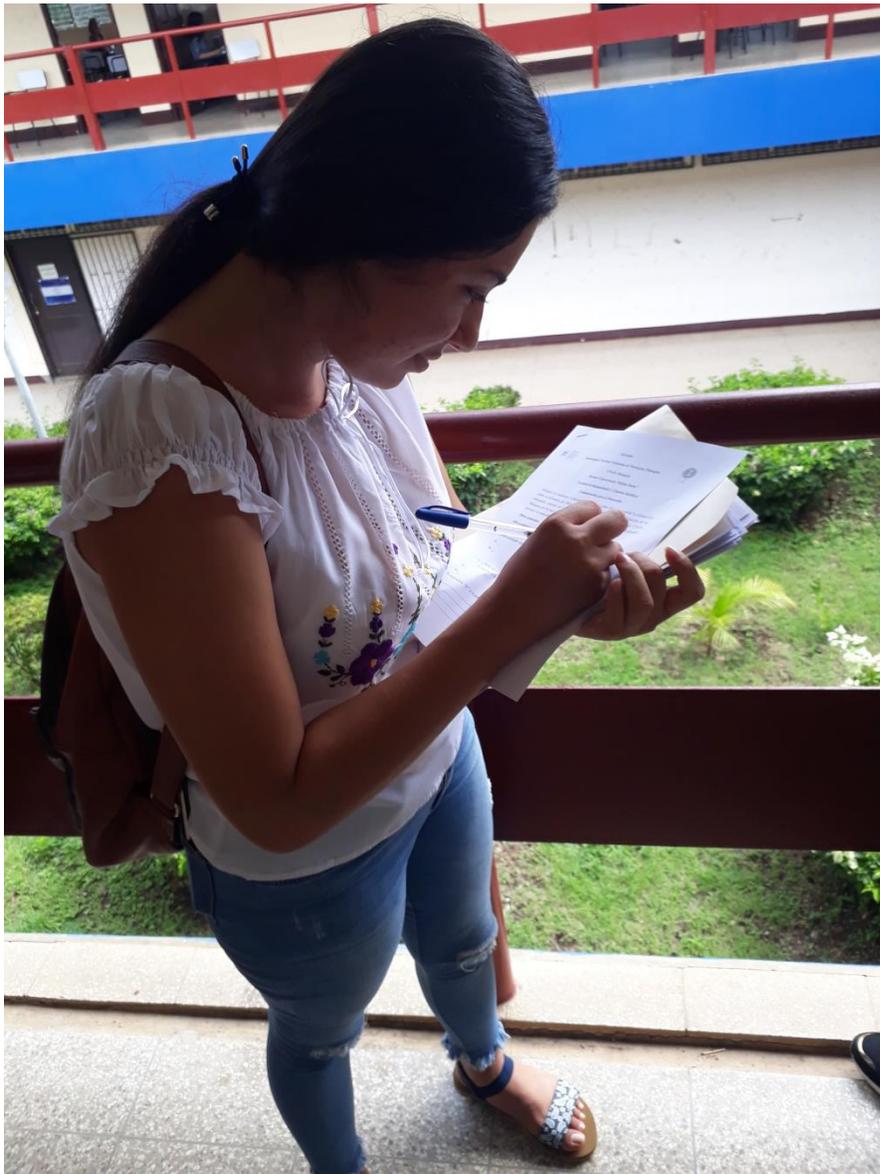


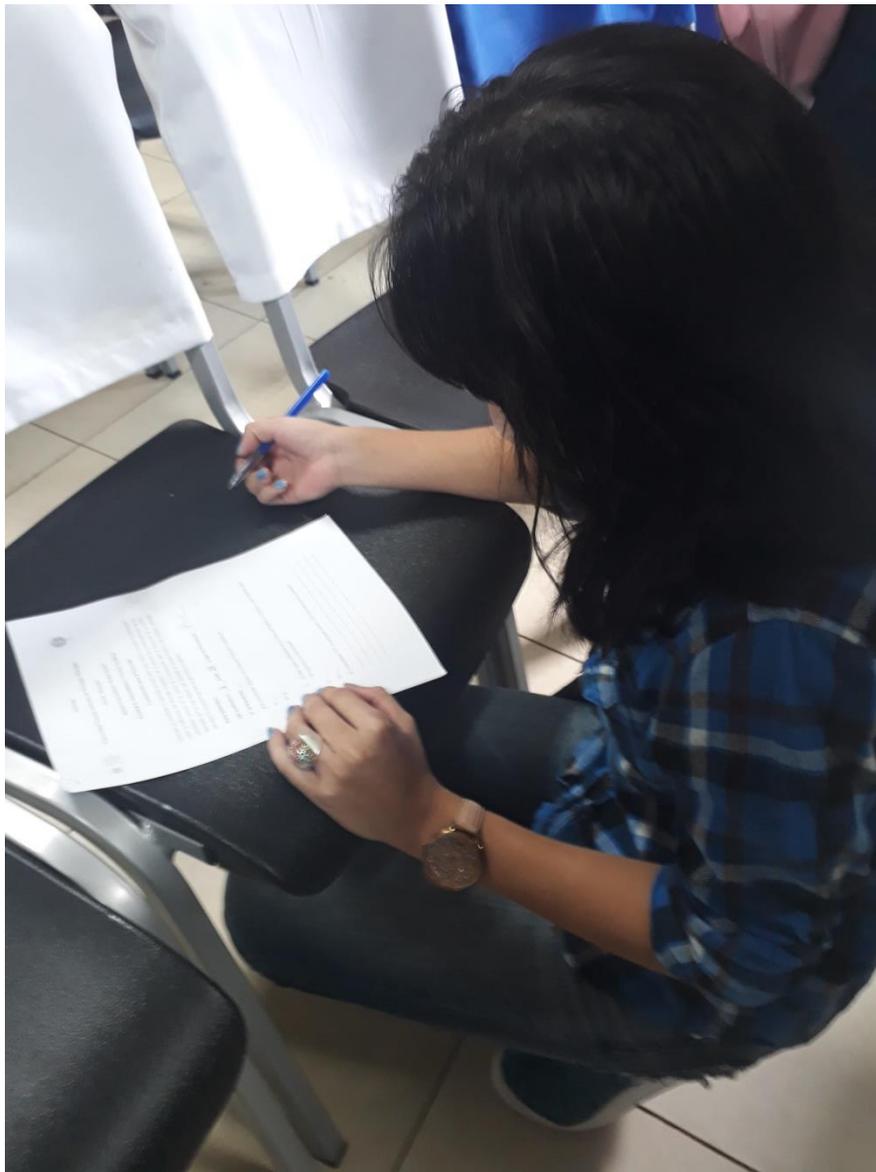
Gráfico No° 20: Campos de la lingüística en que más les ha costado modificar a los estudiantes internos de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

En el Gráfico No° 20 se muestra que el 41% de los encuestados dice que la gramática es el campo en que más les ha costado modificar, es por eso la relación con los resultados anteriores donde se refleja que solo el 19% ha modificado la gramática de su lenguaje, lo que puede ser por la exactitud de esta rama, seguido de esto el 32% dice que la semántica es lo que más le ha costado, por la amplitud conceptual que existe, es decir, no es fácil aprender nuevos conceptos e incluirlos en la forma de hablar, pues hay que tener en cuenta que en algún momento regresará a su lugar de origen y no se sentirá cómodo usando solo palabras nuevas en un entorno en que no lo comprenderán, y finalmente el 27% dice que la fonética es lo que más le ha costado, tal vez por la variedad de lenguajes que escucha, hay tantas formas de expresar las palabras que a veces prefieren seguir mencionando las cosas como siempre y no adaptar alguna nueva.



Fotografía No° 1 de Duvan Rugama. (UNAN-Managua. 2019)

Estudiante parte de la muestra respondiendo la encuesta diseñada para el estudio.



Fotografía No° 2 de Duvan Rugama. (UNAN-Managua. 2019)

Estudiante parte de la muestra de este trabajo investigativo respondiendo la encuesta diseñada para el estudio.



Fotografía No° 3 de Duvan Rugama. (UNAN-Managua. 2019)

Mural sobre las lenguas habladas en Nicaragua ubicado en el pabellón 42 de la UNAN-Managua



Fotografía No° 4 de Duvan Rugama. (UNAN-Managua. 2019)

MSc. Hilda Baltodano Reyes, informante durante el proceso investigativo.

