

REDES SOCIALES, OPORTUNIDAD DE APRENDIZAJE PARA LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

Autor

Gisel Lorena Castrillón Bahamón (gisellorena.castrillon@upb.edu.co)

Beatriz Elena Marín Ochoa (beatrize.marin@upb.edu.co)

Título en inglés

Social networks, learning opportunity for university students.

Tipo de artículo

Artículo de investigación académica, científica y tecnológica.

Eje temático

Aprendizaje y redes sociales.

Resumen

Este artículo presenta una investigación que buscó caracterizar cómo las redes sociales pueden ser espacios de aprendizaje para los jóvenes universitarios. Para lograrlo se realizó una recopilación de la producción científica existente sobre redes sociales y aplicativos para dispositivos móviles en las universidades de América Latina que evidenció que el desarrollo de los aplicativos móviles promueve la conexión entre el estudiante y la academia, siempre y cuando el App cumpla con niveles mínimos de usabilidad y funcionalidad.

Se realizó también un trabajo de campo en la Universidad Pontificia Bolivariana, para saber cuáles son las redes sociales más comunes entre los estudiantes y cómo las utilizan, lo que permitió establecer información sobre las características, usos, rutinas y hábitos de consumo de estas redes.

Abstract

This research sought to determine how social networks can be places of learning for university students. To achieve this we conducted a collection of existing scientific production social networking and mobile applications in Latin American universities showed that the development of mobile applications promotes the connection between the student and the academy, provided the application meets with minimal levels of usability and functionality.

Was also conducted fieldwork in the Universidad Pontificia Bolivariana, to know what are the most common social networking among students and how to use them, thereby allowing for information about the characteristics, customs, routines and habits of these networks.

Palabras clave

Aplicaciones, dispositivos, jóvenes, móviles, redes, sociales, universidades.

Key words

Applications, devices, mobile, networking, social, students, universities.

Datos de la investigación, a la experiencia o la tesis

Este artículo es resultado del proyecto "Redes sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios", realizado por el Semillero de Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana, que ha dedicado los últimos dos años a la investigación y realización de proyectos de alfabetización digital y dispositivos móviles, redes, apropiación y usos; desarrollados con el apoyo del Grupo de Investigación de Comunicación Urbana, GIGU, de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo; el Grupo de Investigación en Desarrollo y Aplicación de Telecomunicaciones e Informática, GIDATI, y el Semillero Internet de las Cosas de la Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática.

Trayectoria profesional y afiliación institucional del autor o los autores

Gisel Lorena Castrillón Bahamón

Comunicadora social - Periodista y Especialista en Periodismo Electrónico de la Universidad Pontificia Bolivariana, actualmente auxiliar de investigación en la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Beatriz Elena Marín Ochoa

Comunicadora Social - Periodista de la Universidad de Antioquia. Magíster en Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Doctora en Comunicación y Periodismo, línea de Ciberperiodismo y lenguajes en la Universidad Autónoma de Barcelona, España, actualmente docente de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Referencia bibliográfica completa

Castrillón-Bahamón, G. y Marín-Ochoa, B. (2013). Redes sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios. (Artículo de investigación académica, científica y tecnológica) Revista Q, 8 (15), 16, julio- diciembre. Disponible en: <http://revistaq.upb.edu.co>

Cantidad de páginas

16 páginas

Fecha de recepción y aceptación del trabajo

1 de agosto de 2013 - 6 de octubre de 2013

Aviso legal

Todos los artículos publicados en REVISTA Q se pueden reproducir en otros medios de comunicación sin ánimo de lucro, siempre y cuando se cite la fuente completa: tanto los datos del autor del artículo como de la publicación. En medios con ánimo de lucro se debe contar con la autorización expresa del autor; en tal caso se debe citar la fuente completa de la publicación original (incluyendo los datos del autor y los de la Revista).

Introducción

La investigación "Redes sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios" parte de la exploración de la producción científica del uso de las redes sociales y los aplicativos para dispositivos móviles por los jóvenes en las universidades de América Latina, pues es necesario el conocimiento de experiencias en un contexto cercano al de Medellín, como punto de referencia al trabajo de campo realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana de esta ciudad, con el que se logró establecer los usos, rutinas y hábitos de los estudiantes en las redes sociales. Así mismo ésta búsqueda permitió evidenciar si en América Latina la academia ha creado espacios de participación y comunicación con los estudiantes, usando como herramienta principal las redes sociales y los aplicativos para dispositivos móviles, información importante para la continuidad de las investigaciones realizadas por los Semilleros de Comunicación Digital e Internet de las cosas de la UPB.

Con las conclusiones y resultados de la investigación se pudo comprender la manera en la que se comunican y relacionan los jóvenes en la red, para guiar el aspecto social del aplicativo móvil desarrollado por ambos semilleros, con la creación de los perfiles o comunidades sociales académicas, que sean efectivas en el acercamiento a los estudiantes y a la interacción entre ellos y con los docentes, permitiendo nuevos espacios de generación de conocimiento con el uso de una herramienta que hace parte de sus vidas, y que se empleará a favor del aprendizaje en la universidad, y no sólo en actividades de ocio.

Metodología

La investigación realizada es descriptiva de enfoque metodológico positivista. Se realizó en cuatro etapas principales, con técnicas e instrumentos adecuados a cada una, así:

Etapas	Técnicas	Instrumentos
Teórica	Revisión documental.	Libros, revistas, folletos, páginas web.
Trabajo de campo	Encuesta.	Cuestionario.
Confrontación de material	Análisis de datos.	Información recopilada en las etapas anteriores.
Sistematización	Redacción del trabajo	Información y organización de las etapas anteriores.

Tabla No. 1. Desarrollo metodológico. Fuente: Elaboración propia.

En la primera etapa se realizó una búsqueda del material bibliográfico que fundamentó el marco teórico de la investigación, consultando autores como Erika Jaillier, Delia Covi, William Zambrano, José Fernando Velásquez, entre otros, que exponen sus teorías y apreciaciones sobre los jóvenes, las universidades, las redes sociales y los dispositivos móviles. También se tomó como referente el estudio *Millennials* realizado por el Pew Research Center en 2010.

Así mismo se hizo una búsqueda y recopilación de experiencias sobre el uso de las redes sociales entre la comunidad académica de las universidades de América Latina, presentando aplicativos para dispositivos móviles desarrollados por las universidades de la región, las funciones que ofrecen a los estudiantes, cómo fueron recibidas por éstos. Por último en esta etapa se elaboró un cuadro con los 10 mejores aplicativos, con más funciones y mejor valorados por la comunidad a la que están dirigidos.

La segunda etapa consistió en la construcción y aplicación de una encuesta para conocer los usos,

rutinas y hábitos de consumo de las redes sociales en los jóvenes universitarios. Se realizó trabajo de campo en la Universidad Pontificia Bolivariana, y se aplicó la encuesta, de manera virtual y presencial, a 411 estudiantes de los diferentes pregrados que ofrece esta universidad, inscritos en las materias intersemestrales de junio del presente año. Con un universo de 12.647 estudiantes matriculados en pregrado en esta universidad el primer semestre de 2013, el porcentaje de error de muestreo estimado es de 4.85%.

Después de recolectar la información y analizarla, se pasó a la tercera y cuarta etapa de organización y sistematización de datos, en las que se estudiaron los datos arrojados por la encuesta, y se realizaron el análisis de resultados y las conclusiones de la investigación.

Las categorías de análisis determinadas fueron:

- Perfil: da cuenta de cómo son los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana, de las características que prefieren en su dispositivo móvil y de cómo interactúan con los demás.
- Uso: muestra cuáles son las redes más usadas por los estudiantes, por qué las prefieren y desde qué dispositivo acceden a ellas.
- Consumo: evidencia la frecuencia y el tiempo de conexión de los estudiantes a las redes sociales.
- Rutina: presenta el horario de conexión a las redes sociales y las actividades que más realizan en ellas los estudiantes.

Resultados

En 1985, año internacional de la juventud, la Asamblea General de las Naciones Unidas define que son jóvenes aquellas personas que tienen entre los 15 y 24 años de edad. En Colombia, de acuerdo con el Estatuto de Ciudadanía Juvenil, actualizado por la Corte Constitucional en octubre de 2012, el rango de juventud está entre los 14 y 28 años; lo que indica que a marzo de 2013 hay un aproximado de 12, 500,000 jóvenes en el país, es decir, una cuarta parte de la población total.

Pero es necesario ir más allá de la segmentación por edad para conocer realmente a los jóvenes, y entender que son un grupo con características propias que los identifican y diferencian del resto de la población. La primera de estas características es su comportamiento y el modo particular de relacionarse.

Desde el punto de vista psicológico Velásquez (2009, p. 37) afirma que, "el sujeto joven trata de afirmarse fuera del mundo familiar, lucha por lograr una identidad y la mide a través de la competencia, el éxito, el poder de seducción sobre un partenaire sexual, la fuerza, la aprobación de otros y sobre todo por su solvencia para ser feliz; y debe hacerlo con la puesta ya a punto del pensamiento analítico, interpretativo y abstracto". Ser joven implica estar en constante relación con los demás en estos grupos de aceptación social, tener la necesidad de interactuar y comunicarse constantemente con sus amigos y compañeros. De allí que, "todo individuo necesita sentir que forma con otros una comunidad, que se diferencia o se asemeja a otros seres con los que comparten o establece lazos, o a los que se contraponen. Pertenecer a un colectivo, establecer un "nosotros" se agudiza cuando las intenciones con los otros, los roces o "choques" con otros, se hacen más fuertes". (Jaillier, 2010, p. 248)

A esta realidad se suma un factor importante en las relaciones de los jóvenes de hoy: la virtualidad. El significado de "estar con los amigos" dejó de ser el que conocieron los padres y abuelos, cuando hacía referencia a salir de casa y encontrarse con algunas personas por determinado espacio de tiempo. Ahora para los jóvenes es natural que la interacción con su grupo de amigos tenga lugar en la red, pues para ellos, los Millennials¹, la presencialidad no es factor determinante en sus relaciones sociales. Lo que expresa el Pew Research Center (2007) como, *"The real gut-level appeal of social media doesn't lie in its scope for making random connections with far-off strangers, however. It's not even about the lure of finding people in other places who have similar interests, such as the love of a particular band, brand, or activity. For the great majority of users, the biggest appeal of SoMe is the way it allows more frequent and more intense interactions with family and friends (and sometimes friends of friends) closer to home. It's the way it enables people to keep up to date with each other quickly and easily every day, in between phone calls and face-to face meet-ups. (p. 7)"*²

Redes sociales: nuevas maneras de interacción

Las redes sociales son tan antiguas como el hombre. En el texto Monográfico: redes sociales, Isabel Ponce retoma el término red social desde la mirada de los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes, y la define como "una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común" (2012, p. 1). La interacción con compañeros, amigos y conocidos puede realizarse fuera de la pantalla, sin embargo, son innegables las ventajas de la comunicación online, que permite conectarse con una o más personas a la vez, en cualquier parte del mundo y sin que el horario sea un impedimento. En ocasiones estas ventajas superan la presencialidad, más cuando les sumamos el atractivo de los juegos y la multimedialidad, preferidos por los jóvenes de hoy.

Actualmente las redes sociales pueden definirse, *"as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site"*³. (Boyd&Ellison, 2007, p.1)"

¹ "grupo de jóvenes que se han convertido en la última generación en incorporarse a la sociedad como electores pero también, más extensamente, aquel otro grupo cuyo nacimiento los autores fechan entre 1982 y 2003. La característica común a todas estas personas reside en que han crecido inmersos en los tiempos en que la revolución tecnológica ha generado su fruto más llamativo: el acceso masivo y doméstico a la informática. Además esta nueva generación no ha necesitado prácticamente adaptarse a estos nuevos medios por la vía de un proceso de transición. El subgrupo de los recién incorporados al voto —los nacidos tras 1990— ni siquiera ha conocido otra generación que la de Internet." Ferrer, A. (2010) *Millennials, la generación del siglo XXI*. Recuperado el 14 de mayo de 2013 de <http://www.nuevarevista.net/articulos/millennials-la-generacion-del-siglo-xxi>

² El verdadero atractivo profundo de las redes sociales, no está en su alcance para hacer conexiones al azar con extraños, sin embargo. Ni siquiera es acerca de la atracción de buscar personas en otros lugares que tengan intereses similares, como el amor a una banda en particular, la marca, o actividad. Para la gran mayoría de los usuarios, el mayor atractivo de las redes sociales es la forma en que permite interacciones más frecuentes y más intensas con la familia y los amigos (y a veces amigos de los amigos) cercanos a casa. Es la forma en que permite que las personas se mantengan al día entre sí de manera rápida y fácil todos los días, entre llamadas telefónicas y reuniones cara a cara.

³... como servicios basados en la Web que permitían a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de usuarios con los que compartir, y (3) ver y explorar esa lista de conexiones y otras realizadas por otros usuarios dentro del sistema.

Castañeda Quintero, González Calatayud & Serrano Sánchez (2011) establecen una serie de rasgos comunes que definen la anatomía de una red social. El primero de ellos es la existencia del perfil, un espacio de presentación del usuario que depende de lo que éste quiera escribir y mostrar de sí mismo. Como segundo elemento están las herramientas de búsqueda, que permiten al usuario encontrar grupos o categorías de interés, y buscar nuevas personas para agregar a la red, ya sea por medio del nombre o importando los contactos de la(s) cuenta(s) de correo electrónico. Por último se tienen las herramientas de comunicación, que pueden ser públicas, como la opción de comentar en el muro o perfil; o privadas, por medio de los mensajes directos y el chat. En las redes sociales además, independiente de su clasificación, hay espacios para expresar los estados de ánimo o pensamientos, subir fotografías y videos, jugar, crear grupos o invitar a eventos de interés.

Las redes sociales son entonces el espacio propicio para expresarse y compartir temas e intereses comunes que identifiquen y apasionen al usuario. Un estudio de Prollie, una plataforma de análisis de social media, presenta en su página web una infografía en la que se muestran los temas de preferencia para compartir en las redes sociales, información que evidencia que la diferencia de porcentajes entre los tres temas más compartidos en redes sociales no es muy alta, pues con un 28% el primer lugar lo ocupan la tecnología y las redes sociales; seguido de comida, bebidas y viajes, con un 25% y de películas y televisión, con un 18%. Sin embargo, lo que sí difiere es en dónde se comparte la información, pues mientras en Facebook se realizan las búsquedas de comida, bebida y demás; en Twitter se habla más sobre tecnología y redes sociales. Se podría deducir que la naturaleza de cada red social define el perfil de usuarios y, por ende, los temas a tratar en ellas, como se ve a continuación en el Mapa de las redes sociales, 3ª versión, realizado por el III Congreso Iberoamericano de Redes Sociales.

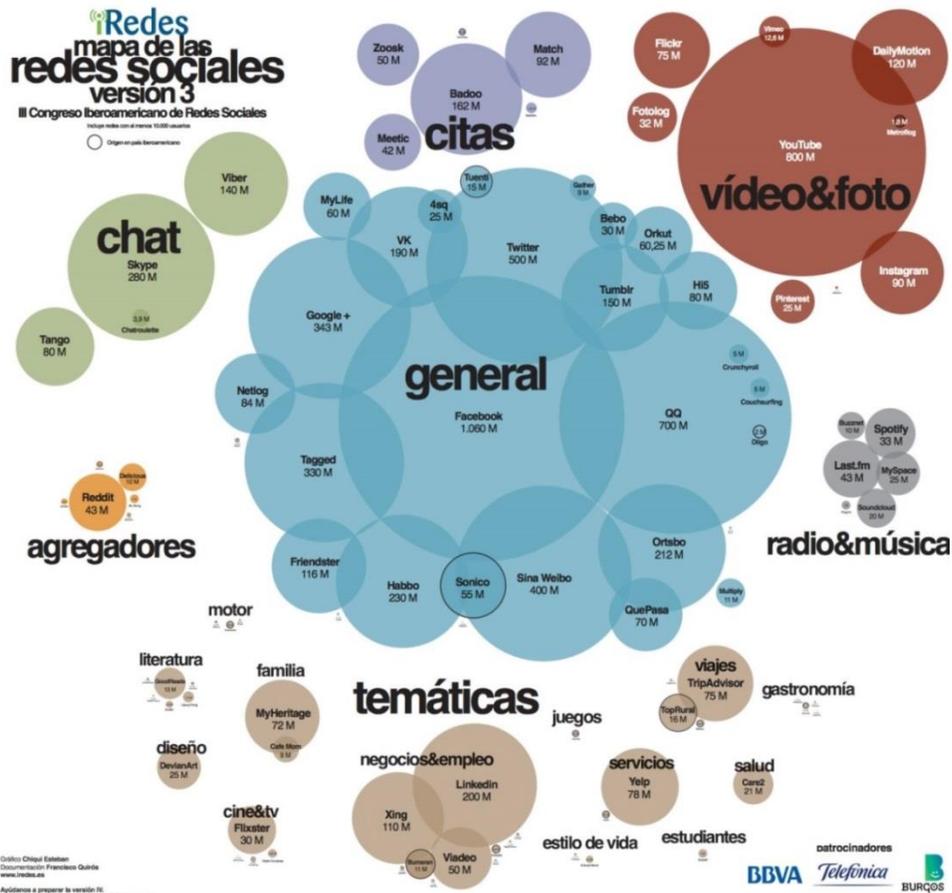


Figura No. 1. Mapa de las redes sociales. Fuente: III Congreso Iberoamericano sobre Redes Sociales.

Redes sociales y apps universitarias

El desarrollo de aplicaciones móviles y la creación de redes sociales de aprendizaje para alumnos y docentes es un tema fuerte y de gran avance en países como España y Estados Unidos, en donde varias universidades ya cuentan con la versión final o trabajan en el desarrollo de redes sociales institucionales y aplicaciones universitarias para dispositivos móviles. Como ejemplo la Universidad de Granada, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Universidad de Alicante, Universidad de Murcia, Universidad de Navarra, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Carlos III, Universidad de Cádiz, Universidad de Sevilla, entre otras tantas en España, que cuentan con aplicativos para que los estudiantes encuentren toda la información necesaria de la universidad, carreras, contacto con docentes, acceso a notas, georeferenciación del campus, etc.

Entre las universidades de Estados Unidos que cuentan con aplicaciones para dispositivos móviles encontramos a Ashford University, University of Central Missouri, The State University of New Jersey, University of Kansas y University of Alabama. Sin embargo el contexto para los aplicativos móviles y las redes sociales académicas en América Latina aún no es tan completo. En el tema de las redes sociales, no hay ninguna creada directamente por una universidad, que cumpla con la función de comunicar y socializar con los estudiantes en un ambiente académico, sí existe una propuesta de red de intercambio y generación de conocimiento, llamada Red CLED.

The screenshot shows the Red CLED website interface. At the top, there's a header with the logo 'red #CLED' and the tagline 'Conocimiento Libre y Educación'. A search bar is located on the right side of the header. Below the header, there are several content blocks: a 'virtual educa ENCUENTROS' section with logos for 'Organización de los Estados Americanos' and 'PROSPERIDAD PARA TODOS'; a featured article titled 'Una enseñanza para la diversidad de estilos de aprendizaje' by Raymond Marquina; and a sidebar on the right with a 'CLED Recursos' section containing links to 'Abierta convocatoria', 'Registro en los micr', 'Encuentro Virtual DT', and 'Ponencias presentada'.

Figura No. 2. Red CLED. Fuente: Red CLED

La Red CLED Conocimiento libre y educación, es un espacio integrado por estudiantes, docentes de pregrado y posgrado, especialistas e investigadores que comparten, debaten y socializan conocimiento y experiencias sobre el adecuado uso de las TIC en el ámbito educativo; con el objetivo de impulsar el desarrollo e investigación en tecnologías educativas, educación a distancia y el uso de las TIC en procesos educativos. Pasando a los dispositivos móviles encontramos que en los 21 países que integran a América Latina hay aproximadamente 1339 instituciones de educación superior, públicas y privadas, de las cuales sólo 33 tienen, o desarrollan en la actualidad, una red social institucional o un aplicativo para dispositivos móviles. Tomando como base la información obtenida en el rastreo de aplicativos desarrollados por las Universidades de América Latina, se presenta la siguiente tabla que incluye las 10 Apps, más completas y funcionales.

País	Universidad - Aplicativo	Usos	Aplicaciones	Interacciones
Argentina	Universidad de San Isidro	Informativo, comunicativo, relacional.	Integra al celular los canales de comunicación de la universidad, redes.	Redes sociales.
Argentina	Universidad Argentina de la Empresa - Webcampus y UADE Mapas.	Informativo, comunicativo, de ubicación.	Catálogo de cursos, horario, aulas, fechas de exámenes, notas, mapas.	No se dan

Brasil	Universidad Cruzeiro do Sul -	Informativo, de ubicación.	Catálogo de cursos de pre y posgrado, notas, directorio telefónico y web, mapas de las sedes de la universidad.	La conexión se da por el envío de mails. No hay interacción en tiempo real.
Chile	Universidad del Desarrollo - UDD Móvil.	Informativo y comunicativo.	Información histórica y actual de la universidad, directorio telefónico y web, noticias, videos, galería de fotos, redes, calendario de eventos, horario de las rutas de buses, calculadora para ponderar las notas, descuentos.	Se pueden enviar correos electrónicos a las directivas o personas relevantes incluidas en el directorio.
Chile	Universidad Católica de Temuco - UC Temuco.	Informativo.	Agenda, horario, descuentos, pastoral,	Envío de correo electrónico a compañeros.
Ecuador	Universidad de Azuay - UDA	Informativo, comunicativo, de ubicación, relacional.	Notas e inasistencia, directorio telefónico, noticias, eventos, redes, correo, enlace al sitio web, radio, mapa UDA.	Se puede acceder a las redes sociales, y compartir contenido con otros usuarios.
México	Universidad Autónoma de México: Cultura UNAM	Informativo, comunicativo, de descanso.	Noticias, eventos por categoría cultural, mapa de ubicación, Radio UNAM, Tv UNAM.	No se da
Perú	Universidad de San Martín de Porres: USMP Mobile	Informativo, comunicativo, de ubicación.	Novedades, carreras, posgrados, centro pre, admisión, mapa de ubicación y campus virtual para consultar materias, horarios y exámenes.	No se da
Perú	Pontificia Universidad Católica del Perú - Descubre PUCP, Ubicar PUCP y Agenda PUCP.	Informativo, relacional, de ubicación.	Mapa de realidad aumentada, información de horarios de atención teléfonos, eventos, menú de las cafeterías, agenda.	Permite compartir con otros usuarios información de eventos o ubicaciones. Acceso a redes.
República Dominicana	Universidad APEC - UNAPEC Virtual	Informativo, relacional.	Horario, notas, información de la carrera, balance financiero, redes.	Redes sociales.

Tabla No. 2. Aplicativos desarrollados por las Universidades de América Latina. Fuente: Elaboración propia.

Redes sociales, Universidad Pontificia Bolivariana

Con el trabajo de campo realizado con la encuesta a los estudiantes de la Universidad Pontificia

Bolivariana, se obtuvieron, entre otros, los siguientes resultados:

El 78 % de los estudiantes tienen entre 19 y 24 años, en su mayoría son mujeres (69%) y se encuentran en los últimos semestres del pregrado. Los estudiantes, al estar en un rango de edad que se aleja de la adolescencia, tiene mayor madurez y capacidad de análisis, sin embargo, siguen siendo jóvenes activos, dinámicos e inquietos por lo que pasa a su alrededor. El hecho de estar en semestres superiores y finales de su pregrado, los hace más conscientes y responsables, con una visión más amplia del uso y posibilidades ofrecidas por las redes sociales.

Perfil de usuario

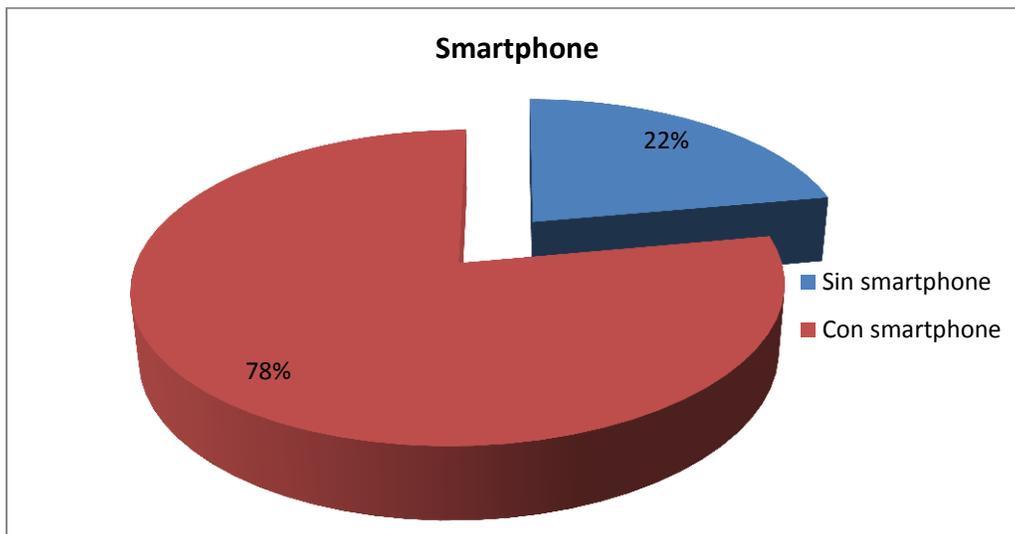


Figura No. 3. Tipo de dispositivos móviles de los estudiantes. Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de estudiantes de la UPB pasó de tener un dispositivo móvil con funciones básicas como llamadas y mensajes de texto, a tener un dispositivo inteligente que le permitiera integrar varias aplicaciones funcionales en su día a día. El Smartphone cumple la necesidad de comunicación e interacción constante de los jóvenes actuales, lo que muestra la importancia del dispositivo móvil para ellos, pues ya no basta tener el celular con las funciones básicas, sino que es necesario contar con un teléfono inteligente que permita realizar mucho más que hacer y recibir llamadas.

Esta realidad se evidencia con que el 78% de los estudiantes tienen un Smartphone, y de este porcentaje la gran mayoría cuenta con un paquete de datos completo que además de voz, incluye chat, redes sociales, mail y navegación. Con un porcentaje muy inferior, que no supera el 10% por cada opción, encontramos que el plan de datos de los estudiantes debe tener tres o cuatro características, sacrificando incluso la posibilidad de llamar, con tal de tener chat, redes sociales, mail y navegación. También se evidencia que un 9% de los estudiantes tiene Smartphone pero no un plan de datos, y se conecta por medio de Wifi. Este aspecto se refuerza de manera positiva con la masificación de redes inalámbricas de Internet, que es común encontrar en universidades, centros comerciales y espacios públicos, además de la conexión que cada uno pueda tener en casa; por lo que, entonces, aunque estos estudiantes no posean plan de datos, las posibilidades de conexión son altas.

De este porcentaje con Smartphone, la gran mayoría cuenta con un paquete de datos completo que además de voz, incluye chat, redes sociales, mail y navegación. Con un porcentaje muy inferior, que no supera el 10% por cada opción, encontramos que el plan de datos de los estudiantes debe tener tres o cuatro características, sacrificando incluso la posibilidad de llamar, con tal de tener chat, redes sociales, mail y navegación.

En cuanto a la relación con los profesores, se evidencia una buena disposición y aceptación de los estudiantes para tener a sus profesores entre los contactos de las redes sociales, lo que sugiere una relación de confianza para compartir su espacio personal y de ocio con ellos.

Uso

Redes sociales en las que los estudiantes tienen cuenta. Se permitía al estudiante elegir la cantidad de opciones necesarias para conocer el total de redes en las que tiene cuenta, sin importar si su uso es frecuente.

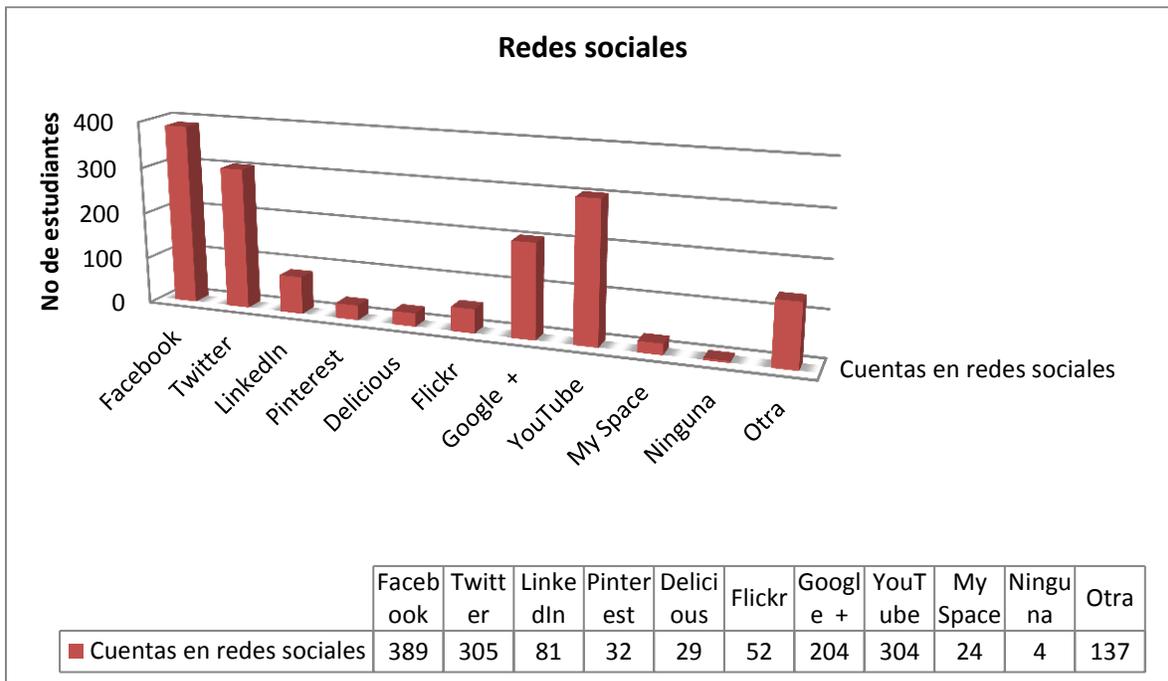


Figura No. 4. Redes sociales. Fuente: Elaboración propia.

Existe una relación proporcional entre Facebook, Twitter y Youtube como las redes sociales en las que más estudiantes tienen cuenta, y éstas tres como las más utilizadas. Esto indica que los estudiantes abren una cuenta en las redes que les interesan y que les serán útiles con frecuencia. Una de las redes que también es preferida por los estudiantes es Instagram, que aunque es reciente o muy nueva a comparación de las demás, gana terreno con gran rapidez, por las posibilidades de tomar y compartir fotos con filtros, a lo que se suma ahora la captura de video, con la posibilidad de —editar en caliente, es decir, pausar la grabación para modificar o cambiar de escenario y reanudarla sin perder lo antes grabado, o tener que recurrir a un programa de edición para unirlo a la secuencia. Además tiene como ventaja su naturaleza móvil, lo que la hace disponible en todo momento para quienes tienen Smartphone.

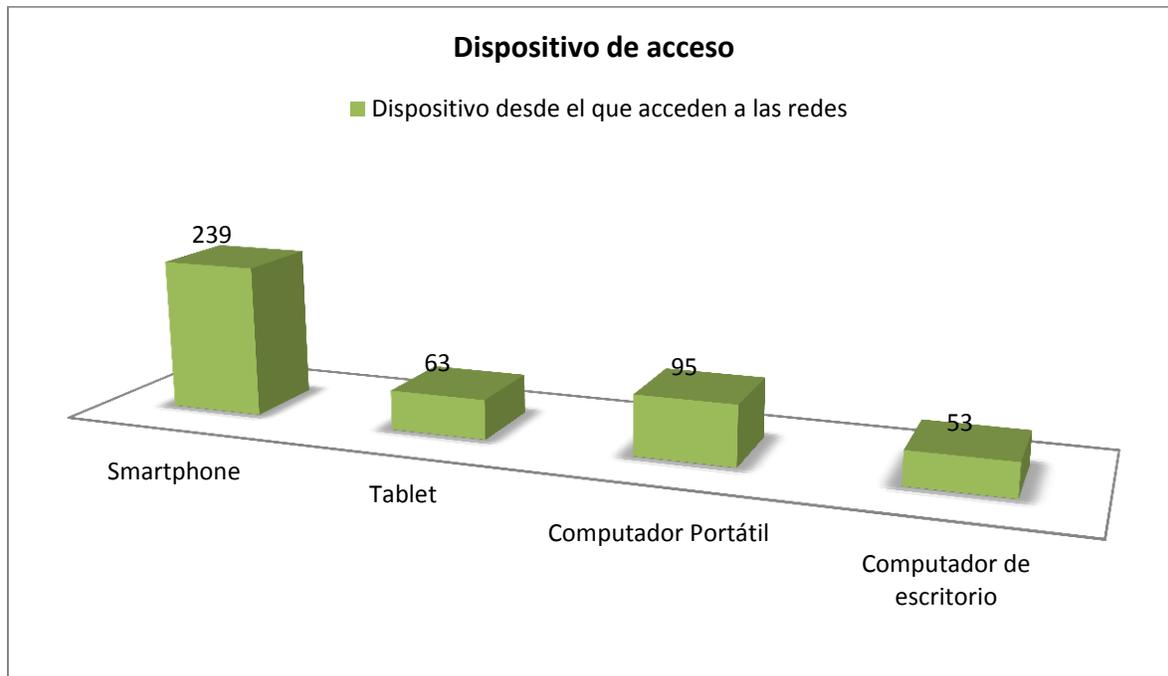


Figura No. 5. Dispositivo de acceso. Fuente: Elaboración propia.

Los dispositivos móviles facilitan la conexión de los estudiantes a las redes sociales, especialmente Twitter (30 %), Facebook (23 %) e Instagram (21%), que son aquellas a las que los estudiantes permaneces conectados todo el día. El Smartphone es el preferido para esta conexión móvil, y se pensaría que es por su tamaño y fácil transporte y uso. Sin embargo las tablet, con características similares a los Smartphone, ocupan el tercer lugar; después de los computadores portátiles, que a pesar de su naturaleza portable sí suponen un esfuerzo y cuidado mayor para el estudiante. En último lugar encontramos a los computadores de escritorio, los cuales limitan la conexión permanente e inmediata que tanto gusta a los estudiantes.

Consumo

La conexión a las redes sociales por parte de los estudiantes es constante y se evidencia con el 75% de quienes se conectan más de una vez al día a revisar lo que pasa en ellas. Sin embargo, aunque la frecuencia de conexión es alta, no es posible establecer un pico o tendencia en el tiempo que permanecen conectados a las redes sociales durante el día. Los porcentajes son proporcionados, y se pensaría que se pasó de revisar las redes sociales en determinadas horas de tiempo libre y de ocio, a dedicarles un largo espacio de tiempo, integrando esta actividad a las demás de la cotidianidad.

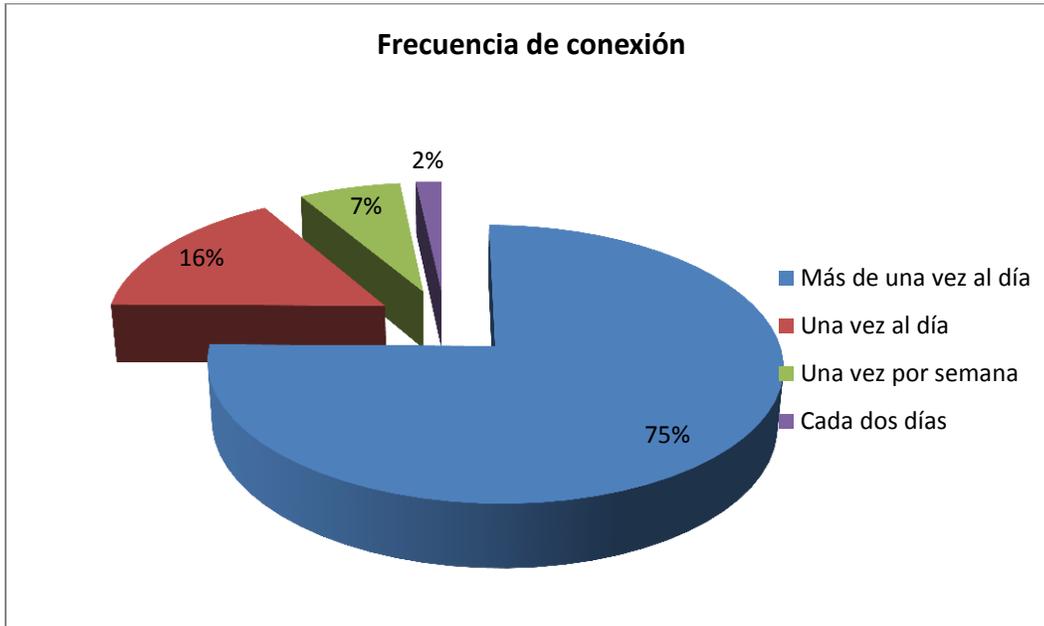


Figura No. 6. Frecuencia de conexión a las redes sociales. Fuente: Elaboración propia.

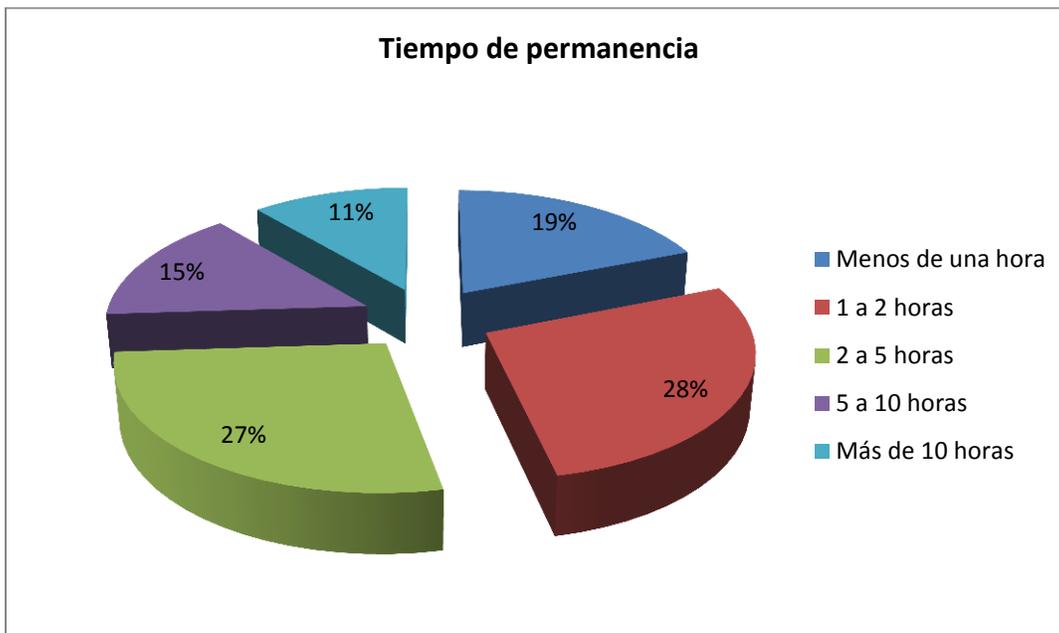


Figura No. 7. Permanencia. Fuente: Elaboración propia.

Rutina

Cuando necesitan o quieren dedicarle mayor tiempo a las redes sociales, el 49% de los estudiantes prefiere conectarse a las redes sociales en horas de la noche, cuando ya las actividades académicas han finalizado y disponen de tiempo libre para dedicar a sus actividades personales. Por su parte el 40%, casi el total del porcentaje restante, permanece conectado todo

el día, aprovechando la posibilidad de conexión permanente que ofrecen los dispositivos móviles. En último lugar están las horas de la madrugada, mañana, medio día y tarde, cuando los estudiantes casi no acceden a las redes sociales.

Las actividades a realizar en las redes sociales son aquellas con las que puedan interactuar con amigos y conocidos, mantenerse al tanto de lo que pasa en sus días, y comunicarse en el momento que lo necesiten. La información juega un papel importante, ya sea para estar actualizados de las noticias nacionales e internacionales; o para adquirir información académica especializada. La siguiente nube de palabras muestra el por qué se conectan los jóvenes a las redes sociales.



Figura No. 8. Nube de palabras: por qué de la conexión a las redes preferidas. Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Más allá de la teoría sobre la integración de las redes sociales en la academia, se evidenció que en América Latina sólo existe una red social propia con fines educativos, Red CLED, la cual no cumple con las características específicas de una red social pensada para el aprendizaje de los estudiantes por lo tanto, no hay un acercamiento certero de las redes sociales a la academia como espacio de aprendizaje.

Las universidades de América Latina están buscando nuevas maneras de comunicarse con sus estudiantes, docentes y egresados, aprovechando el posicionamiento de los Smartphone y las tablets en el mercado. Los aplicativos para dispositivos móviles son la oportunidad de llegar al estudiante en todo momento del día y con mayor rapidez y efectividad que un correo electrónico o

un mensaje en la página web de las universidades.

En el caso específico de Colombia, vemos cómo es mínimo el avance en la creación de dispositivos móviles académicos, y no porque en el país no existan espacios y centros especializados para el desarrollo de Apps, sino porque estas creaciones están enfocadas al área comercial y que buscan satisfacer varias necesidades, por las que sea posible obtener una ganancia.

Con el trabajo de campo realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana se evidenció la gran aceptación que tienen las redes sociales entre los estudiantes. La red social preferida es Facebook, en la que la mayoría tiene cuenta y a la que se conectan con mayor regularidad. Analizando las características de esta red, podría inferirse que juegan a favor la multiplicidad de funciones que ofrece en pro de la interacción entre amigos. Twitter e Instagram también gozan de buena aceptación entre la comunidad estudiantil, la primera por permitirles estar informados de lo que sucede en Colombia y alrededor del mundo, de una forma fácil, corta y rápida; la segunda por su atractivo en la creación y edición de imágenes y videos para compartir a los amigos.

Al ser jóvenes universitarios, en su mayoría entre 19 y 24 años, la necesidad de interacción con el otro es permanente. Se podría decir que sus hábitos consumo de redes sociales incluyen una conexión total, disponible las 24 horas del día para cuando quieran acceder a ellas; sin embargo, este acceso no exige varias horas de conexión (máximo 5), por el contrario, prefieren el ingreso regular y constante a lo largo del día para estar siempre informados de las novedades.

Las redes sociales posibilitan expresar los pensamientos, ideales políticos, preferencias y acuerdos o desacuerdos con lo que pasa en la sociedad; pero para los estudiantes de la UPB ésta no es una actividad frecuente en las redes. Sus interacciones se centran en establecer y mantener las relaciones sociales: organizar reuniones, compartir fotos y videos, comunicarse con familiares, conocer qué está pasando, hablar con amigos, etc. Otro aspecto importante es el uso académico que algunos le dan a estas redes, pues poco más de la mitad de los estudiantes las utilizan para consultar temas académicos y contactar expertos para la realización de trabajos.

Los resultados obtenidos en esta investigación, tanto de la búsqueda teórica como del trabajo de campo, muestran la viabilidad y pertinencia del desarrollo de aplicativos para dispositivos móviles en la UPB, para el que se sugiere tener en cuenta como parte importante las relaciones entre estudiantes, y entre estudiante - docente. Se sugiere que aunque debe ser un espacio académico, a su vez invite a la relación horizontal (*peer to peer*) y genere la confianza para la participación activa de todos sus miembros; tema de interés que podría ahondarse en futuras investigaciones, en las que podrían establecerse las características de interacción entre alumnos y docentes, analizando si la relación presencial es igual o diferente a la virtual.

Bibliografía

Boyd, D., & Ellison, N. (2007) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1). Recuperado el 11 de junio de 2013 de <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Castañeda Quintero, L., González Calatayud, V., & Serrano Sánchez, J. (2011) Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. En Martínez, F. y Solano, I. *Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red*. Alicante: Marfil. pp 47-63

Jaillier Castrillón, E. (2010). *Internet: ¿Alternativa de socialización para los jóvenes en Colombia?* Colombia: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Menor Sendra, J. (2010) Televisión, telefonía móvil y juventud en el contexto de la modernidad reflexiva de masas tardía: un proyecto de investigación. Recuperado el 14 de mayo de 2013 de <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-04.pdf>

Pew Research Center. (2010). *Millenials and Social Media*. White Paper. Recuperado el 22 de mayo de 2013 de <http://www.publiteca.es/2010/10/millenniasl-and-social-media.html>

Ponce, I. (2012). Monográfico: redes sociales. Recuperado el 11 de junio de 2013 de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales>

Velásquez, J. (2009) La juventud y la época: temeridad y cobardía. Patologías de la individualización en el joven contemporáneo. Revista CES Psicología Volumen 2 - Número 1.

Revista Q

Revista electrónica de divulgación académica y científica
de las investigaciones sobre la relación entre
Educación, Comunicación y Tecnología

ISSN: 1909-2814

Volumen 08 - Número 15
Julio - Diciembre de 2013

Una publicación de la Facultad de Educación de la Escuela de Educación y Pedagogía
de la Universidad Pontificia Bolivariana, con el sello de la Editorial UPB.



<http://revistaq.upb.edu.co> - www.upb.edu.co

revista.q@upb.edu.co

Circular 1ª 70-01 (Bloque 6, Piso 1)
Teléfono: (+57) (+4) 448 83 88 ext. 13262
Medellín-Colombia-Suramérica