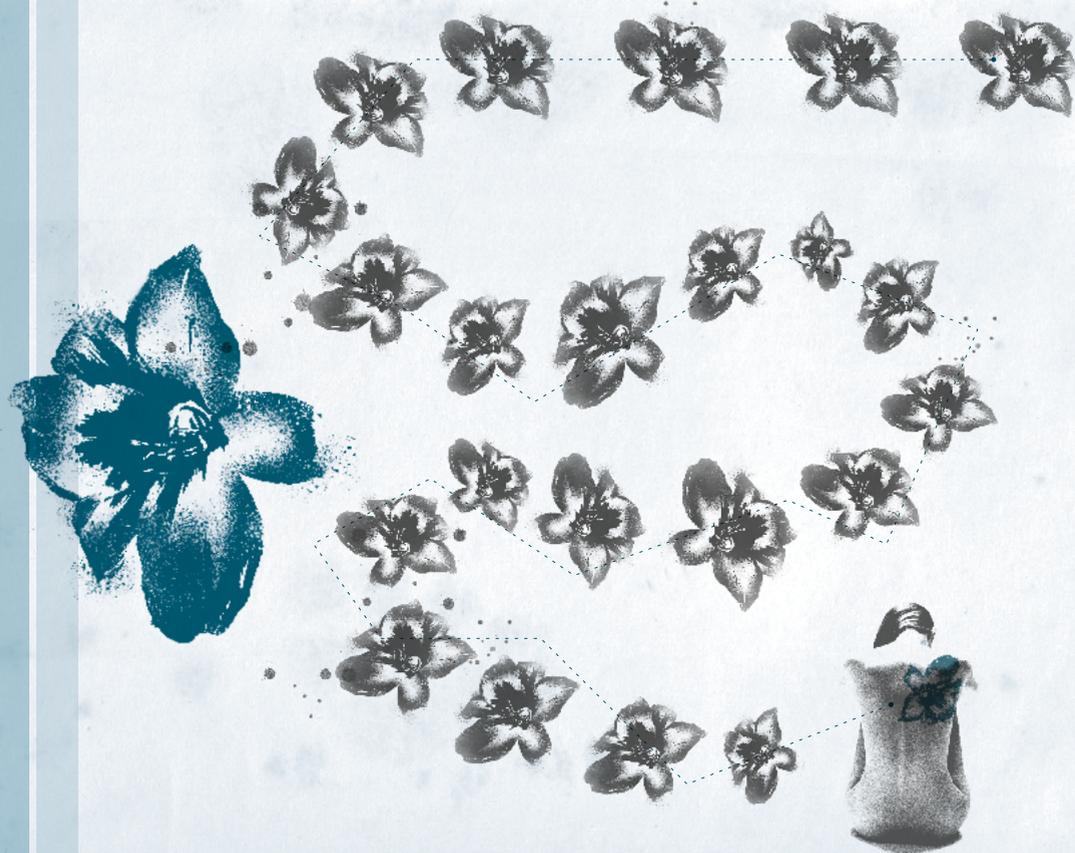


# Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos



**Adriana María Vega Velásquez**  
**Beatriz Elena Marín Ochoa**  
Compiladoras



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**

302.23  
V422

Vega Velásquez, Adriana María, compilador  
Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos / Adriana María Vega  
Velásquez, Beatriz Elena Marín Ochoa, compiladoras -- -- Medellín: UPB, 2019.  
134 p.; 17 x 24 cm. --  
ISBN: 978-958-764-51

1. Tecnologías de información y comunicación (Tics) -- 2. Acceso a la información --  
3. Participación social -- 4. Redes sociales digitales -- 5. Internautas -- 6. Derechos  
de autor -- I. Marín Ochoa, Beatriz Elena, compilador -- II. Título

CO-MdUPB / spa / rda  
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Adriana María Vega Velásquez  
© Beatriz Elena Marín Ochoa  
© Carmen Gómez Mont  
© Rocío Rueda Ortiz  
© María Isabel Zapata Cárdenas  
© Claudia Patricia Sánchez-Aguir  
© Walter Arias Hidalgo  
© Ricardo León Valencia Lotero  
© Carlos Gutiérrez-González  
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana  
Vigilada Mineducación

#### **Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos**

ISBN: 978-958-764-510-1

ISBN: 978-958-764-511-8 (versión web)

Primera edición, 2017

Escuela de Ciencias Sociales

Maestría en Comunicación Dígital

CIDI. Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. **Radicado:** 034B-02/13-17

**Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín:** Mons. Ricardo Tobón Restrepo

**Rector General:** Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

**Vicerrector Académico:** Álvaro Gómez Fernández

**Decano de la Escuela de Ciencias Sociales:** Ramón Arturo Maya Gualdrón

**Editor:** Juan Carlos Rodas Montoya

**Coordinación de Producción:** Ana Milena Gómez Correa

**Diagramación e Ilustración Portada:** Mauricio Morales Castrillón

**Corrección de Estilo:** Silvia Vallejo

#### **Dirección Editorial:**

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2019

E-mail: [editorial@upb.edu.co](mailto:editorial@upb.edu.co)

[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

**Radicado:**1587-30-05-17

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

# Tabla de contenido

Introducción .....	9
<b>Capítulo 1. La ciencia de lo pequeño o cómo aprender a develar lo invisible de las redes sociales digitales.....</b>	<b>11</b>
Resumen.....	12
Presentación .....	13
Fundamento teórico .....	14
Metodología.....	16
Resultados y análisis.....	18
Algunos proyectos mínimos, pero inmensamente importantes.....	18
a) Las ciudades inteligentes.....	18
b) Las casas flotantes .....	19
c) Mural que bate récord Guinness.....	19
d) Biblioburro. Colombia .....	19
e) Bibliomotocarro .....	20
f) En defensa de los corales en Australia (Australian Youth Climate Coalition).....	20
Conclusiones y recomendaciones .....	21
Referencias.....	22

## Capítulo 6

# Usos y gratificaciones de la Web 2.0 por parte de los estudiantes de Comunicación Social - Periodismo de la UPB en Medellín

Ricardo León Valencia Lotero\*

\* Comunicador Social – Periodista y Magíster en Comunicación Digital, de la Universidad Pontificia Bolivariana. Docente de la Escuela de Ciencias Sociales (pregrado y posgrado) de esta misma universidad, con estudios en diseño gráfico digital, formación en cultura y docencia universitaria y educación en ambientes virtuales. Correo electrónico: ricvalenci@gmail.com

## Resumen

Con la Web 2.0 los usuarios se convierten en generadores proactivos de información y conocimiento mediante sitios de fácil interacción y apropiación (como las redes sociales), en donde la publicación e intercambio de datos multiformato se da de forma libre y colaborativa, y la audiencia joven es la más beneficiada de dicho fenómeno, apoyada por la difusión creciente de dispositivos móviles y la fácil conexión que se tiene a Internet actualmente.

Gracias al uso de una encuesta con preguntas cerradas y una entrevista estructurada virtual, en el segundo semestre de 2013, se exploraron los usos y las gratificaciones que los estudiantes del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) de Medellín hacían de los servicios interactivos que ofrece la Web 2.0, y se identificó su papel como gestores de contenidos (personales y académicos), la frecuencia y uso de las principales redes sociales que existen en la actualidad y las diferentes motivaciones que tienen frente a la utilización de las herramientas que ofrece Internet para su libre expresión como comunicadores en formación.

Se observó cómo los estudiantes usan dichos medios con finalidades primordialmente sociales y lúdicas, y aunque son de escasa motivación a la hora de generar contenidos propios no son indiferentes a la hora de utilizarlas en sus prácticas académicas. Dicha investigación

permitió generar entonces una serie de recomendaciones al programa de Comunicación Social-Periodismo de la UPB para aprovechar las diferentes tendencias y motivaciones del alumnado frente al uso de estas tecnologías, y así tener nuevos planteamientos en cuanto a la forma de impartir conocimiento en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y sus herramientas de creación de contenidos y trabajo colaborativo. Dichas sugerencias deberán generar entonces una transformación en los procesos administrativos y académicos de la Universidad.

**Palabras clave:** Internet, Web 2.0, redes sociales, usos y gratificaciones, prosumidores.

## Abstract

Web 2.0 users become generators proactive information and knowledge through easy interaction sites and appropriation (like social networks) where the publication and exchange of multiformat data occurs free and collaborative way, being more than the entire young audience the benefit of this phenomenon, supported by the growing spread of mobile devices and easy connection you have to the Internet today.

By using a survey with closed questions and a virtual structured interview uses and gratifications that students of Social Communication program explored - Journalism of the Universidad Pontificia Bolivariana made of interactive services offered by Web 2.0, identifying their role as content management systems (personal and academic), frequency and use of the main social networks that exist today and the different motivations that were against the use of the tools of the Internet to free expression as in training communicators .

It observed how students use these means for primarily social and entertainment purposes, and although they are of little motivation to generate content themselves are not indifferent when it comes to use in their academic practices. This research allowed then generate a series of recommendations to the program of Social Communication-Journalim of the UPB to take advantage of different tendencies and motivations of the students against the use of these technologies, and so have new approaches as to how to impart knowledge in the use of ICTs and content creation tools and collaborative work, same suggestions that should generate a change in the administrative mentality, curriculum, teaching, learning of the Universtiy.

**Keywords:** Internet, Web 2.0, social networks, uses and gratifications, ICT, prosumers.

## Introducción

La Web 2.0 se presenta como una forma de cambiar las maneras de trabajo e interacción entre las personas ya que las opciones de comunicación son más diversas y la posibilidad de estar conectados en cualquier espacio crece exponencialmente. Asimismo, la gestación de contenidos ya no es exclusiva de unos pocos profesionales de la información ni el estar embebidos en plataformas digitales es privilegio de unos cuantos expertos en áreas informáticas y de diseño gráfico.

Gracias al fenómeno de la Web 2.0 podemos hablar de un fortalecimiento de la inteligencia colectiva con el cruce permanente de información que se da entre individuos y dispositivos con acceso permanente a Internet. El lucro es de todo tipo, desde el meramente hedonista, ligado a las aficiones de cada individuo, hasta una verdadera gestación de conocimiento humano mediante portales diseñados para tal fin, en donde se mezclan las teorías y fundamentos de expertos en cada tema con las opiniones y puntos de vista de personas del común que enriquecen cada uno de estos sitios.

Esta investigación muestra como los estudiantes de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) tienen un acercamiento voluntario, utilitarista y activo hacia las diferentes herramientas que ofrece la Web 2.0, como los discentes usan y se benefician de estos servicios y como pueden aprovecharlas para su vida cotidiana, la relación con sus amigos y compañeros y, asimismo, el lucro académico para enriquecer su formación profesional y la forma en que tienen un usufructo de estos portales de conocimiento siendo gestores o simples usuarios pasivos de la información que abunda en Internet. Estos resultados son importantes para el programa de Comunicación Social-Periodismo ya que arrojan datos sobre el modus operandi tecnológico que tienen los estudiantes y la forma en que los mismos logran tener apropiación sobre las herramientas que hacen parte de su cotidianidad.

Para tal fin se usó la teoría de los usos y las gratificaciones, la cual se centra en los usuarios primordialmente, al indagar las motivaciones de utilización y aprovechamiento de las herramientas, cómo pueden ser utilizadas desde lo social, lo lúdico, la vigilancia de su entorno y el refuerzo de su propia identidad como individuos que quieren tener una participación activa en un mundo interconectado por redes digitales.

Se han hecho algunas investigaciones previas en los países hispanos sobre los usos, la apropiación y las gratificaciones aplicadas al consumo de Internet en general, las redes sociales y el incremento en la conectividad con aplicaciones móviles por parte de estudiantes bachilleres y universitarios. Tal es el caso de una tesis de grado en Lima (Perú) de la aspirante a magíster L. Orellana, entre 2009 y 2010 (aprobada y evaluada en 2012), llamada *Uso de Internet por jóvenes universitarios de la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal*. Orellana usó un tipo de investigación basado en una encuesta haciendo un análisis descriptivo – comparativo con una muestra de 279 estudiantes.

Otro estudio realizado entre 2006 y 2008 se llamó *Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación*, realizado por el docente A. Barrios, especialista en edición digital y multimedia de la Universidad Jorge Tadeo Lozano en Bogotá (Colombia), aprobado y publicado en 2009. Dicha investigación tomó una muestra de 274 estudiantes en los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial con la utilización de una encuesta (que aporta un carácter cuantitativo importante), luego complementada con una entrevista a 28 de estos alumnos que respondieron el cuestionario inicial.

Entre 2011 y 2012 se realizó una investigación llamada *Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española*, realizada por la doctora y profesora A. Almansa, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (España), el profesor O. Fonseca, de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia), y el doctor A. Castillo, profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (España). Para dicho estudio se efectuó un análisis comparativo entre 100 adolescentes colombianos y españoles en el que se hizo una observación de sus perfiles de Facebook (con el uso de una planilla de observación y uso de la red social) y se complementó con una entrevista a 20 de ellos. Para tal fin se tomaron algunas instituciones educativas de forma aleatoria en ambos países.

## Fundamento teórico

Se parte inicialmente de los conceptos propios de la Web 2.0. Autores como O'Reilly (2006) definen los principios que la caracterizan, en los cuales se evidencia

la nueva forma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de bancos de información en línea, el uso de aplicaciones en diversos dispositivos y el enriquecimiento del aprendizaje de los usuarios. Otros autores como Cobo y Kuklinski (2007) refuerzan la noción de una plataforma abierta en la que ya no tenemos una simple vitrina de contenidos, sino un espacio de participación (sea activa o pasiva) y generación de datos para enriquecer el acervo de conocimiento humano, en la cual los individuos alcanzan a tener tanta importancia como las grandes empresas o los emporios mediáticos tradicionales.

Se puede hablar entonces de una nueva forma de comunicación a nivel global en la cual se destacan los medios sociales digitales o de comunicación social en línea en la que se cruzan millones de relaciones entre usuarios que comparten contenidos de todo tipo (sobresale la participación de usuarios en edad estudiantil o en comienzos de su ejercicio profesional). Se habla entonces de una autocomunicación de masas (Castells, 2009) que evidencia una difusión de información a través de las redes digitales inalámbricas mediante aplicaciones de carácter social, que promueve maneras reticulares de comunicación horizontal interactiva, lo que genera una simbiosis a veces invisible entre lo local y lo global, sin que por ello se respete y valore la libertad individual de cada persona.

En este proceso se da un nuevo tipo de actor denominado prosumidor, término acuñado en 1980 por el escritor estadounidense Toffler, que combina el rol del productor y del consumidor. Autores como Islas (2008) confirman cómo esta nueva figura de participación y búsqueda constante de información prevalece en un mundo digital de gran ubicuidad, en donde otrora sería imposible ser tomado en cuenta gracias al dominio de grandes empresas y medios de comunicación.

Se ve entonces cómo en este ecosistema de la Web 2.0 los usuarios alcanzan a tener tanta importancia como las empresas o los medios de comunicación, y la información se centra en las personas y no tanto en las instituciones, algo que afirma Dans (2007).

Para hacer un acercamiento a la forma en que los estudiantes se aproximan a dichas herramientas, y cómo pueden ser activos en este proceso de autocomunicación de masas, con un rol de prosumidores sobresaliente en medio de su ejercicio académico de la comunicación social, se usó la Teoría de los Usos y las Gratificaciones (TUG), estudios que se abordan desde una mirada eminentemente individual, en los cuales cada sujeto adopta lo que más cree conveniente según sus preferencias, optando siempre por lo que más le llama la atención de forma activa, particular y autónoma.

Estas teorías surgen en la primera mitad del siglo XX, en los inicios de la investigación empírica relacionada con la comunicación de masas y cuyos principales representantes son Katz, Jay y Gurevitch. Esta corriente, centrada en los usuarios (más que en los medios mismos), basa sus argumentos en obras como la del francés De Certeau (1980), quien constata que las audiencias tienen una capacidad suficiente para desarrollar técnicas de resistencia y creación de significados propios acordes con sus necesidades emocionales y sociales y no necesariamente conexas con las intenciones comerciales de medios y empresas. Cada persona actúa según dos criterios: libertad y autonomía, mismas que refuerza Nosnik (1991) cuando constata que las personas saben lo que buscan y lo que necesitan cuando se exponen a un medio, al ser entes activos que requieren satisfacer necesidades individuales que compiten con otras formas de complacencia.

Autores como McQuail, Blumler y Brown, en el año 1972, hacen una clasificación de los usos y las gratificaciones en cuatro grandes modelos, que son aplicados entonces a la forma en que los estudiantes se lucran y se motivan frente las herramientas que ofrece la Web 2.0: diversión (escape de la rutina, liberación emocional), relaciones interpersonales (como formas de compañía sustituta, generación de diálogo y socialización), identidad personal (refuerzo de valores propios) y vigilancia del entorno (búsqueda de acontecimientos, seguimiento a información circundante que afecta u modo de vida y la toma de decisiones).

De Moragas (1982) complementa estas teorías y aduce que cada medio da una combinación muy singular en la que se incluyen unos determinados contenidos, unos atributos típicos y unas situaciones recurrentes de exposiciones.

Para entender las gratificaciones académicas de las tic autores como Pretto y Da Costa (2006) explican cómo a partir de 1995 las tecnologías se convierten en grandes aliadas de las capacidades cognitivas de los estudiantes, al dar un poder de expresión significativo, tanto en escala individual como colectiva, en el que los estudiantes ya no son simples receptores sino que se convierten en gestores de contenidos y conocimiento basados en relaciones sociales fundamentadas en saberes específicos, aprendizajes autónomos y sistemas de colaboración en línea.

Bohórquez (2008) complementa estos argumentos y reafirma la utilidad de estas herramientas digitales, aparentemente frías y superficiales, pero que ofrecen posibilidades que serían impensables por medios convencionales. Los estudiantes están pendientes de su entorno así no conozcan de lleno la

personalidad de sus interlocutores, y se sienten comprendidos y escuchados por otros seres humanos similares. Esto permite desarrollar competencias de todo tipo, desde la comunicación lingüística, el conocimiento, los saberes digitales y el desarrollo de un aprendizaje autónomo y de iniciativa personal.

## Metodología

Se realizó una investigación de tipo cualitativo exploratorio con aplicación de encuestas, a partir de un muestreo estratificado proporcional, en donde se obtuvo una porción representativa de información. Los datos cuantitativos fueron triangulados con las respuestas obtenidas en un cuestionario estructurado de preguntas abiertas, realizado virtualmente a los discentes.

En el estudio se parte de unas preguntas de análisis, mas no de una hipótesis contundente. Si bien, se utilizan técnicas cuantitativas y cualitativas para la obtención de la información, el tipo de exploración y análisis es inductivo y no secuencial.

Para esta fase de apoyo de tipo cuantitativo se hizo una medición estadística en la cual se determinaron las razones y las motivaciones en el uso de herramientas de la Web 2.0, por medio de porcentajes que arrojaron las respuestas de los estudiantes. La idea fue generalizar los resultados obtenidos de una muestra establecida (153 alumnos) que representó a la población escogida (discentes entre 6º y 9º semestre).

Las entrevistas, por su parte, se hicieron mediante un formulario de siete preguntas en el sistema de formularios de Google Drive. Se les solicitó el favor a los estudiantes, por medio de correo electrónico y mensajes en Facebook, de los cuales accedieron 80 discentes a los que no se les pidió su nombre y se les aclaró que las respuestas debían ser cortas y directas.

## Resultados y análisis

El primer dato relevante que arrojó la investigación es que la totalidad de los discentes tienen algún tipo de computador en su vivienda. El 85,6% cuenta con *smartphone* y el 45,1% tiene tableta. De igual manera, el 100% posee Internet, del cual casi el 80% tiene algún plan de datos en su dispositivo móvil.

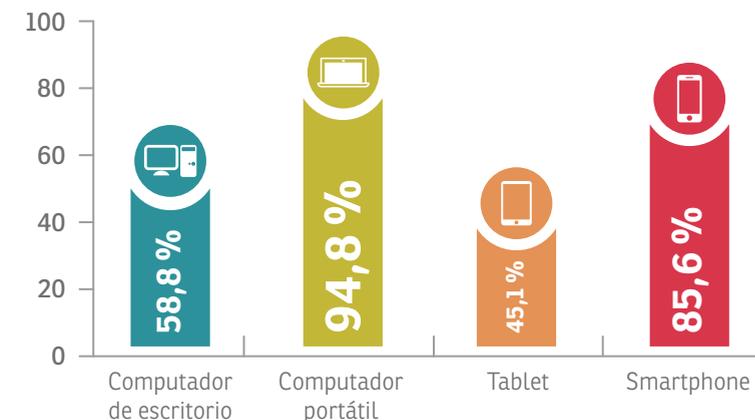


Figura 1. Recursos tecnológicos que tienen los estudiantes

Fuente: elaboración propia

En cuanto a frecuencias de uso, más de las dos terceras partes de los encuestados pasan al menos una cuarta parte del día navegando en Internet. De este tiempo, la mitad es aprovechado en trabajos propios de sus estudios. Es pertinente tener en cuenta que casi todos hacen varias labores a la vez y solo unos cuantos se concentran en actividades exclusivas de su carrera. La mitad de ellos argumentan que sus conocimientos son autodidactas, el resto afirma que han aprendido algunas cosas en la carrera o gracias al colegio y personas allegadas.

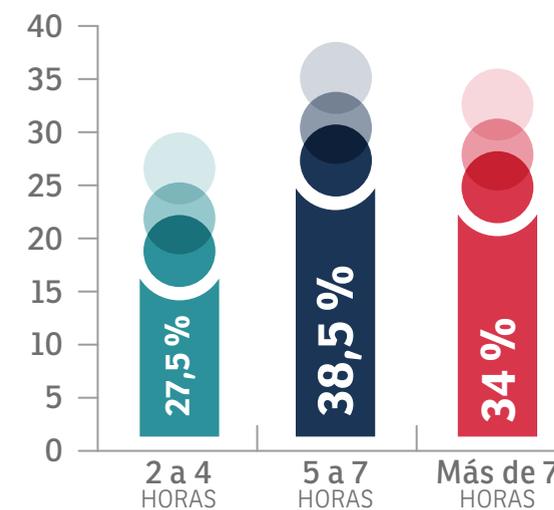
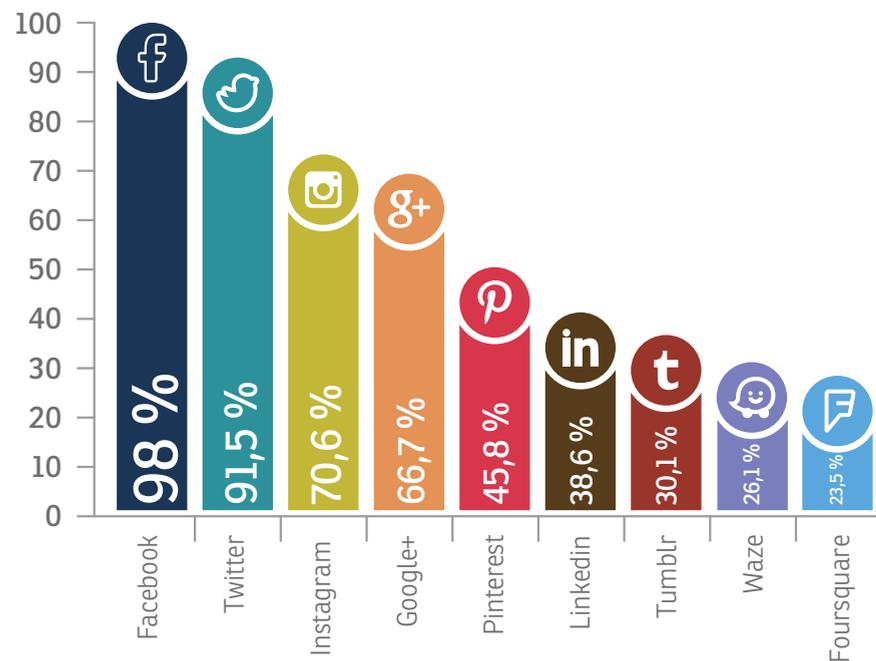


Figura 2. Horas en Internet

Fuente: elaboración propia

Frente a sus gustos, a la hora de navegar en Internet, lo que más impera son las redes sociales, se destacan Facebook, Twitter y YouTube, a la par que revisan sus cuentas de correo y hacen búsquedas en Google sobre sus trabajos académicos o relacionadas con sus intereses personales. Cabe aclarar que muchas de estas actividades son realizadas desde sus dispositivos móviles, en los cuales hay un uso frecuente de aplicaciones de mensajería y contacto con sus allegados.

De las redes sociales la que tiene mayor favoritismo es Facebook (el 98% tiene membresía allí), seguida por YouTube, Twitter, Instagram y Google+.



**Figura 3. Membresía en las redes sociales**

Fuente: elaboración propia

En Facebook lo que más les gusta hacer es chatear con los amigos, seguido de la publicación de contenidos, muchos de ellos como nuevas publicaciones de medios de comunicación o de otros sitios web. Los discentes argumentan que no ven impedimento en usar las redes sociales como fuente de consulta y apoyo en sus labores académicas.

En YouTube, por su parte, el 93,5% hace un visionado de videos según sus gustos y aficiones, menos de la mitad ha publicado algo allí y muy pocos hacen comentarios o dan opiniones a los videos que observan.

Si bien es cierto, más de la mitad de los estudiantes cuenta con blog o página web propia, muchos de ellos afirman haberlo hecho gracias a las exigencias de alguna asignatura de la universidad y pocos siguen actualizando sus espacios luego de terminar dicho trabajo. Menos de la mitad tiene buenos conocimientos en este campo, o solo cuenta con nociones muy básicas.

En cuanto a las gratificaciones obtenidas en estos espacios la más importante es la concerniente a las relaciones interpersonales. Los estudiantes crean perfiles en las redes sociales para mantener contacto con la pareja, los familiares, amigos y compañeros. Aunque es cierto que hay un gran gusto a la hora de mantener esta comunicación por estos medios digitales no se quita importancia a los encuentros cara a cara o el miedo a mantener relaciones con extraños o conocer nuevas personas.

La segunda gratificación más evidenciada es la de la diversión, en la cual Internet es una extensión de sus gustos personales y un complemento a sus aficiones de siempre, tales como el deporte, los juegos, la moda, los viajes, el cine y la música.

La gratificación asociada a la vigilancia es aprovechada en redes sociales como Twitter, en la que los estudiantes buscan estar informados de lo que pasa en su entorno, o Facebook, para saber lo que ocurre en sus círculos sociales inmediatos.

La que tiene relación con su identidad personal (la menos aprovechada) se ve plasmada en la imagen que muestran en la publicación y emisión de contenidos y en la preocupación por ser profesionales en los espacios de interacción digital. Pocos son los que publican algo y muchos lo hacen por exigencia académica.

Si se comparan estos resultados con los jóvenes peruanos, gracias la investigación en Lima (Perú) de Orellana (2012), se aprecia que los jóvenes colombianos tienen mayor tendencia a la comunicación mediante programas de mensajería (alrededor de la mitad de los alumnos limeños logran conectarse de forma frecuente y solo un 46% tiene perfil en redes sociales).

Al mirar la investigación de Barrios (2009) se observa cómo los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, en Bogotá, le dan preponderancia al

uso de programas de mensajería (priman el chat y el correo electrónico) y las conexiones se dan frecuentemente. Para ellos la vida sería caótica sin Internet y todas las relaciones están atravesadas por la tecnología.

En el estudio efectuado por Almansa, Fonseca y Castillo (2013), que compara estudiantes colombianos y españoles, se evidencia cómo los jóvenes logran validar su autonomía y forma de ser en las páginas que estructuran en redes sociales como Facebook, en la cual prima su forma de ser y no los convencionalismos o reglas académicas de las instituciones. Son sus espacios y así lo hacen notar. Tanto colombianos como españoles se sienten dueños de sus perfiles, les gusta relacionarse y tal vez crear nuevos vínculos, pero poco los utilizan para hacer comentarios propios. Todo se basa en opiniones simples a fotografías y algunos “me gusta” a lo que aportan sus allegados.

## Conclusiones y recomendaciones

Todos los estudiantes están conectados a Internet y el 100% de ellos cuenta con computador, muchos (y en creciente demanda) con dispositivos móviles en los que la conexión es ubicua e ininterrumpida. Gracias a ello, buena parte del día están usando Internet de forma constante y ejercen labores multitarea, en las que se combina lo académico, lo lúdico y lo social.

La totalidad de los estudiantes cuentan con espacios en la Web 2.0, ya que el 100% de ellos tiene membresía en al menos una red social. Aunque no hay favoritismo a la hora de publicar contenidos sí tienen predilección por estos sitios.

La gratificación principal es la social (acentuada en su conectividad permanente por dispositivos móviles). Le sigue la de la diversión, la vigilancia y la de identidad personal, asociada en este caso con la publicación de contenidos propios y generación de información.

A la hora de publicar contenidos los estudiantes se sienten más satisfechos si estos están adosados a sus gustos personales, no presentan comodidad cuando deben realizar trabajos con temáticas impuestas por otros o discordantes con su personalidad y formas de ser, algo que se ratifica en otras investigaciones como las de Almansa, Fonseca y Castillo (2013) y en la de Barrios (2009).

Si bien es cierto que los discentes usan estos espacios más que todo para actividades sociales y hedonistas, no están en desacuerdo con que sean aprovechados por sus docentes a la hora de realizar sus actividades académicas, respetando, eso sí, sus aficiones y tendencias personales.

Se puede evidenciar entonces la motivación e interés de los estudiantes frente al uso de las herramientas de la Web 2.0, ya que pasan buena parte del día interactuando en las redes sociales y en contacto con sus allegados. La universidad no puede hacer caso omiso a este fenómeno, hay que acompañar a los discentes en este aprendizaje y no debe ser netamente instrumental. La enseñanza en tic debe ser motivacional, reflexiva y conceptual.

No se puede, además, centrarse solamente en los estudiantes, pues este fenómeno incumbe al grupo docente y al personal administrativo. Es necesario hacer una actualización tecnológica que abarque todo el proceso educativo y no solo las áreas de conocimiento o asignaturas propias de lo digital.

Tampoco se puede suponer que los estudiantes son seres propios del tercer milenio y que sus destrezas en tecnología son suficientes y absolutas. La formación en tic debe ser bien planeada y transversal a todas las áreas de formación profesional. Eso sí, hay que aprovechar los sitios donde más interactúan y navegan los estudiantes (tales como Facebook o YouTube) para hacer un complemento ideal a las labores propias de su formación como comunicadores, lo que permite una expresión libre y un uso de su creatividad y libre albedrío, sin conectarlo obligatoriamente a los absolutismos de las temáticas inherentes a las asignaturas del pènsum vigente.

Hay que inculcarles a los estudiantes, entretanto, que los contenidos y manejo de espacios interactivos (así tengan un componente netamente lúdico o social) deben tener un carácter profesional y ético, pues es su imagen la que está en juego y, por ende, la de la universidad. Esto se debe evidenciar a la hora de redactar textos, citar fuentes de información, embeber fotografías y videos en sus perfiles o sitios personales o a la hora de hacer debate u opinión en las páginas propias para ello.

## Referencias

- Almansa, A., Fonseca, O., y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. Recuperado de [www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=40&articulo=40-2013-15](http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=40&articulo=40-2013-15)
- Barrios, A. (2009). Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. Recuperado de [revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/4537/3499](http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/4537/3499)
- Bohórquez, E. (2008). El blog como recurso educativo. *Eduotec, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (26).
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cobo, C., y Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food*. México/España: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals.
- Dans, E. (2007) La empresa y la Web 2.0. Recuperado de [http://profesores.ie.edu/enrique\\_dans/download/web20-HDMV.pdf](http://profesores.ie.edu/enrique_dans/download/web20-HDMV.pdf)
- De Certeau, M. (2000). La invención de lo cotidiano. México: Cultura Libre. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/32722747/Michel-de-Certeau-La-invencion-de-lo-cotidiano>
- De Moragas, M. (1982). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gómez, M. C. (2009). La sociología de los usos: una perspectiva en construcción desde la escuela de pensamiento francófona y anglófona en Suárez, Rodolfo. Sociedad del conocimiento para una agenda conceptual. México, D.F. UNAM
- Islas, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. Recuperado de [octavioislas.files.wordpress.com/2009/09/octavioislas\\_2008\\_coneicc.pdf](http://octavioislas.files.wordpress.com/2009/09/octavioislas_2008_coneicc.pdf)
- Katz, E., Blumler, J. G., y Gurevitch, M. (1982). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. de Moragas (1985). *Sociología de la comunicación de masas (sp)*. Barcelona. Gustavo Gili. Recuperado de <http://tema2.com/tcom/textosTeoria/usosGratificaciones/katzBlumlerGur.htm>
- Nosnik, A. (1991). *El desarrollo de la comunicación social, un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- O'Reilly, T. (2006) ¿Qué es Web 2.0?, traducción del artículo «What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software» en el Portal de la Sociedad de la Información de Telefónica. Recuperado desde [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es\\_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146)
- Orellana, L. (2012). Uso de Internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Recuperado de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2555/1/Orellana\\_ml.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2555/1/Orellana_ml.pdf)
- Pretto, N., y Da Costa, C. (2006) Tecnologias e novas educações. *Revista Brasileira de Educação*, 11(31), sp.