

REDES SOCIALES,
OPORTUNIDAD DE APRENDIZAJE PARA LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

GISEL LORENA CASTRILLÓN BAHAMÓN

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO ELECTRÓNICO
MEDELLÍN
2013

REDES SOCIALES, OPORTUNIDAD DE APRENDIZAJE PARA LOS JÓVENES
UNIVERSITARIOS.

GISEL LORENA CASTRILLÓN BAHAMÓN

Trabajo de grado para optar al título de:
Especialista en Periodismo Electrónico

Asesor:

Beatriz Elena Marín Ochoa
Doctora en Comunicación y Periodismo
Universidad Autónoma de Barcelona, España

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO ELECTRÓNICO
MEDELLÍN
2013

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma

Nombre

Presidente del jurado

Firma

Nombre

Presidente del jurado

Firma

Nombre

Presidente del jurado

Medellín, 28 de junio de 2013

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos los docentes de la Especialización en Periodismo Electrónico, de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo y del Grupo de Investigación Urbana, GICU, por su cercanía, acompañamiento, asesoría y disposición para ayudarme siempre.

Agradezco especialmente a la Mg. Marta Aída Palacio Correa por compartir sus conocimientos estadísticos y guiarme en el proceso. Sin su rigurosidad y comprensión no habría sido posible llevar a feliz término esta investigación.

Igualmente agradezco a mi asesora, la Doctora Beatriz Elena Marín Ochoa, quien me encaminó en este apasionante tema y me inspiró a ir cada día más allá. Espero poder compartir muchas más experiencias a su lado.

Por último reconozco la paciencia y el apoyo de mi familia, a quienes agradezco infinitamente por quien soy.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	16
2. OBJETIVOS	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
3. MARCO REFERENCIAL.....	18
3.1. Estado del arte	18
3.2. Marco contextual.....	21
3.3. Conceptos	28
3.3.1 Jóvenes	28
3.3.2 Redes sociales: nuevas maneras de interacción	30
3.3.3 Universidades: traspasando el aula	36
4. METODOLOGÍA	39
4.1 Mirada a las redes sociales y aplicaciones para dispositivos móviles en las universidades de América Latina	43
4.2 Argentina.....	47
4.2.1 Universidad Nacional de Río Cuarto: UNRC 2.0.	47
4.2.2 Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires:	49
4.2.3 Universidad de San Isidro:	50
4.2.4 Universidad Argentina de la Empresa: Webcampus y UADE Mapas.....	50
4.2.5 Universidad de Mendoza	52
4.3 Brasil	53
4.3.1 Universidad Cruzeiro do Sul:.....	53
4.4 Chile	54
4.4.1 Universidad del Desarrollo: UDD Móvil.....	54
4.4.2 Universidad Mayor: InfoUMayor	57
4.4.3 Universidad Católica de Temuco: UC Temuco.	58
4.4.4 Universidad Diego Portales: UDP y Consultor PSU	59
4.4.5 Universidad de Talca	61
4.5 Colombia	62
4.5.1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD: Boletín Virtual Unadista.....	62
4.5.2 Universidad Sergio Arboleda:	63

4.5.3	Otras experiencias:	63
4.6	COSTA RICA	64
4.6.1	Universidad Fidélitas: U Fidélitas.....	64
4.6.2	Universidad para la Cooperación Internacional: UCI.....	65
4.7	ECUADOR.....	66
4.7.1	Universidad del Azuay: UDA	66
4.8	MÉXICO.....	67
4.8.1	Universidad Tecmilenio: TecMilenio	67
4.8.2	Universidad Internacional: SEL Móvil	69
4.8.3	Universidad Autónoma metropolitana: UAM.....	69
4.8.4	Universidad Iberoamericana: Ibero móvil.....	70
4.8.5	Universidad Autónoma de Chihuahua: Uach móvil.	71
4.8.6	Universidad Autónoma de México: Cultura UNAM.....	72
4.9	Perú.....	73
4.9.1	Universidad de San Martín de Porres: USMP Mobile.....	73
4.9.2	Universidad San Ignacio de Loyola: INFOSIL.....	74
4.9.3	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. UPC Móvil.	75
4.9.4	Pontificia Universidad Católica del Perú	76
4.9.5	Universidad del Pacífico: UP Site.....	78
4.10	PANAMÁ.....	78
4.10.1	Universidad Autónoma de Chiriquí: UNACHI Mobile.....	79
4.11	REPÚBLICA DOMINICANA.....	79
4.11.1	Universidad APEC: UNAPEC Virtual	79
5.	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	83
5.1	Identificación.....	83
5.2	Perfil del usuario	85
5.3	Uso.....	87
5.4	Consumo.....	92
6.4	Rutina	94
	CONCLUSIONES	105
	RECOMENDACIONES.....	108
	LISTA DE REFERENCIAS	109

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura No. 1. Distribución de usuarios de Facebook según su edad	22
Figura No. 2. Twitter. The fastest growing social platform	23
Figura No. 3. Campaña promocional de Movistar	25
Figura No. 4. Campaña promocional de UNE	25
Figura No. 5. Campaña promocional de Claro	25
Figura No. 6. Cabezote de ciberacoso – jóvenes de En Tic confío	27
Figura No. 7. Cabezote Formadores Tic de En Tic confío	27
Figura No. 8. Documentos disponibles En Tic confío	28
Figura No. 9. Infografía Historia de las redes sociales	31
Figura No. 10. Top Social Media Passions	34
Figura No. 11. Mapa de las redes sociales	35
Figura No. 12. Interfaz del App móvil de la Universidad de Murcia, España	43
Figura No. 13. Interfaz del App móvil de la University of Alabama, Estados Unidos	44
Figura No. 14. Red CLED	45
Figura No. 15. Interfaz UNRC 2.0.	47
Figura No. 16. Íconos y funcionalidades de UNRC 2.0.	48
Figura No. 17. Comentarios de los usuarios en la página de Facebook UNRC 2.0	49
Figura No. 18. Interfaz aplicativo Universidad de San Isidro	50
Figura No. 19. Interfaz aplicativo Webcampus	51
Figura No. 20. Interfaz aplicativo UADE Maps	51
Figura No. 21. Interfaz aplicativo Universidad de Mendoza	52
Figura No. 22. Interfaz Universidade Cruzeiro do Sul	53
Figura No. 23. Interfaz aplicativo UDD Móvil	54
Figura No. 24. Iconos y funcionalidades del aplicativo UDD Móvil.	54

Figura No. 25. Comentarios de los usuarios del aplicativo UDD Móvil	56
Figura No. 26. Interfaz del aplicativo InfoUMayor	57
Figura No. 27. Interfaz del aplicativo UC Temuco	58
Figura No. 28. Íconos y funcionalidades del aplicativo UC Temuco	58
Figura No. 29. Interfaz del aplicativo UDP	59
Figura No. 30. Interfaz del aplicativo Consultor PSU	60
Figura No. 31. Interfaz del aplicativo Noticias UTalca	60
Figura No. 32. Interfaz del aplicativo Boletín virtual UNAD	62
Figura No. 33. Portales de acceso virtual de las Universidades Eafit, Pontificia Universidad Javeriana, Piloto de Colombia y de Nariño	63
Figura No. 34. Interfaz del aplicativo U Fidélitas	64
Figura No. 35. Interfaz del aplicativo UCI	64
Figura No. 36. Comentarios de los usuarios del aplicativo UCI	65
Figura No. 37. Interfaz del aplicativo UDA	66
Figura No. 38. Interfaz del aplicativo TecMilenio	67
Figura No. 39. Interfaz del aplicativo SEL Móvil	68
Figura No. 40. Interfaz del aplicativo UAM	69
Figura No. 41. Interfaz del aplicativo Ibero Móvil.	69
Figura No. 42. Interfaz del aplicativo UACH Móvil	70
Figura No. 43. Interfaz del aplicativo Cultura UNAM	71
Figura No. 44. Comentarios de los usuarios del aplicativo Cultura UNAM	71
Figura No. 45. Interfaz del aplicativo USMP Mobile	72
Figura No. 46. Íconos y funcionalidades del aplicativo USMP Mobile	72
Figura No. 47. Interfaz del aplicativo INFOSIL	73
Figura No. 48. Interfaz del aplicativo UPC Móvil	74
Figura No. 49. Interfaz del aplicativo Descubre PUCP	75

Figura No. 50. Interfaz del aplicativo UbicAR PUCP	76
Figura No. 51. Interfaz del aplicativo Agenda PUCP	76
Figura No. 52. Interfaz del aplicativo UP Site	77
Figura No. 53. Interfaz del aplicativo UNACHI Mobile	78
Figura No. 54. Interfaz del aplicativo UNAPEC Virtual	78
Figura No. 55. Comentarios de los usuarios del aplicativo UNAPEC Virtual	79

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica No. 1. Edad de los estudiantes	82
Gráfica No. 2. Sexo de los estudiantes	82
Gráfica No. 3. Semestre de los estudiantes	83
Gráfica No. 4. Tipo de dispositivos móviles de los estudiantes	84
Gráfica No. 5. Características del plan de datos de los estudiantes	85
Gráfica No. 6. Profesores y directivas entre los contactos	86
Gráfica No. 7. Redes sociales	87
Gráfica No. 8. Otras redes sociales	87
Gráfica No. 9. Nube de palabras: redes sociales más utilizadas por los estudiantes de la UPB	88
Gráfica No. 10. Redes sociales preferidas	90
Gráfica No. 11. Dispositivo de acceso	90
Gráfica No. 12. Frecuencia de conexión a las redes sociales	91
Gráfica No. 13. Permanencia.	92
Gráfica No. 14. Horarios	93
Gráfica No. 15. Nube de palabras: por qué de la conexión a las redes preferidas	93
Gráfica No. 16. Hablar con amigos en tiempo real	94
Gráfica No. 17. Enviar mensajes a buzones	94
Gráfica No. 18. Contactar familiares lejanos	95
Gráfica No. 19. Publicar opiniones personales	95
Gráfica No. 20. Informar lo que pasa en mi día	96
Gráfica No. 21. Estar actualizado	96
Gráfica No. 22. Apoyos sociales	97
Gráfica No. 23. Apoyos políticos	97

Gráfica No. 24. Imágenes autoría propia	98
Gráfica No. 25. Aprovechamiento de temas académicos	98
Gráfica No. 26. Contactar expertos	99
Gráfica No. 27. Conocer sobre mis contactos.	99
Gráfica No. 28. Organizar reuniones	100
Gráfica No. 29. Compartir y comentar videos	100
Gráfica No. 30. Inconformismo	101
Gráfica No. 31. Promocionar un negocio	101
Gráfica No. 32. Desatrazarme de una clase	102
Gráfica No. 33. Contactar a un profesor.	102

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 1. Mejores aplicaciones académicas para dispositivos móviles	Pág. 80
Tabla No. 2. Clasificación de las redes sociales según actividad y contenido	89

RESUMEN

Esta investigación busca conocer cómo las redes sociales pueden ser espacios y oportunidades de aprendizaje para los jóvenes universitarios. Para lograrlo se realiza una recopilación de la producción científica existente sobre redes sociales en las universidades de América Latina, que después se complementa con el trabajo de campo realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana, con el fin de determinar cuáles son las redes sociales más comunes entre los estudiantes y cómo las utilizan, para así establecer su uso, rutinas y hábitos de consumo.

Como resultado de la revisión teórica se encontró que las redes sociales son un espacio propicio para la interacción de los jóvenes y docentes con un propósito académico, siempre y cuando se lleve a cabo un proceso de creación de una red especial, en la que todos se guíen por las mismas directrices y acaten las normas en pro del aprendizaje conjunto. Así mismo se evidenció que en América Latina el desarrollo de los aplicativos móviles promueve la conexión entre el estudiante y la academia, siempre y cuando el App cumpla con unos niveles mínimos de usabilidad y funcionalidad. Así mismo se notó la falta de interacción social en estos aplicativos.

Como último aspecto, con el trabajo de campo se pudieron conocer las preferencias en cuanto a redes sociales de los jóvenes estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana, lo que permitió establecer información sobre las características, usos, rutinas y hábitos de consumo de estas redes, siendo éstos datos importantes para el desarrollo de futuras investigaciones de la universidad.

Este trabajo de grado es un producto de la investigación *UPB Móvil: Una propuesta de aplicativo software para dispositivos móviles para la Comunidad Universitaria de la UPB*, que bajo la dirección de la doctora Beatriz Elena Marín Ochoa, realizan profesores y estudiantes pertenecientes al Semillero de Comunicación Digital del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana, GICU, de la Facultad de Comunicación Social Periodismo; y al Semillero Internet de las Cosas del Grupo de Investigación en Desarrollo y Aplicaciones, GIDATI, de la Facultad de Ingeniería en Tecnologías de la Información y la Comunicación. El proyecto UPB Móvil está inscrito en la línea de investigación Sociedad de la Información y el Conocimiento del GICU.

PALABRAS CLAVE: redes sociales; aplicaciones; dispositivos móviles; jóvenes; universidades; América Latina.

INTRODUCCIÓN

El Semillero de Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana 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.

El avance en estos proyectos dio como resultado el Manual de uso de dispositivos móviles en la U y el desarrollo del prototipo de aplicativo para dispositivos móviles UPB Móvil, en el que se integrarán las principales actividades de los estudiantes en la Universidad, con la intención de facilitar su relación con las funciones académicas.

Uno de los elementos importantes para desarrollar en función de este aplicativo son las relaciones sociales de los jóvenes universitarios, razón por la cual se evidencia la necesidad de conocer las características principales de interacción que presentan estos jóvenes en las redes sociales, analizando usos, rutinas y hábitos de las mismas.

Se parte entonces de la exploración de la producción científica del uso de las redes sociales por los jóvenes en las universidades de América Latina, porque si bien existen investigaciones y estudios relacionados con el tema a desarrollar en este proyecto, se evidenció en una búsqueda preliminar que éstos se realizaron en su mayoría en países de Europa y Asia, donde la formación académica y cultural es un factor diferenciador en el desarrollo del público objetivo a conocer: los jóvenes universitarios.

Es necesario entonces el conocimiento de experiencias en un contexto más cercano al de Medellín, como punto de referencia al trabajo de campo a realizarse en la Universidad Pontificia Bolivariana de esta ciudad, con el que se podrán establecer los usos, rutinas y hábitos de los estudiantes en las redes sociales. Así mismo ésta búsqueda permitirá 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 podrá 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.

1. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada para este trabajo de grado partió de las siguientes inquietudes.

- ¿Existen experiencias sobre el uso de las redes sociales entre la comunidad académica de las Universidades de América Latina?
- ¿Cuáles son las características de uso de las redes sociales, por parte de los estudiantes universitarios de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín?
- ¿Cuáles son los hábitos de consumo de redes sociales que tienen los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín?
- ¿Qué tipo de aplicaciones son las adecuadas para los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín?

2. OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar las posibilidades de las redes sociales como espacio de aprendizaje para los jóvenes universitarios.

Objetivos Específicos

1. Reseñar las experiencias existentes sobre el uso de las redes sociales entre la comunidad académica de las Universidades de América Latina
2. Indagar por los usos, rutinas y hábitos de consumo de las redes sociales en los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.

3. MARCO REFERENCIAL

3.1. Estado del arte

El estado del arte de esta investigación se construyó a partir de la indagación en las bases de datos académicas EBSCO, JSTOR y Google Academics, revisando artículos e investigaciones realizadas entre el 2008 y 2012 sobre los jóvenes y las redes sociales, y la posible aplicación de estos conceptos en la academia.

Es así como después de una organizada y rigurosa búsqueda se referencian a continuación sólo los textos cercanos a los intereses de la investigación. Veamos:

En *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*, se presenta un análisis de las redes sociales desde su definición, tipología, uso e influencia para determinar si corresponden o no un peligro para la sociedad. “Las redes sociales nacen como una reunión de personas, conocidas o desconocidas, que interactuarán entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentándolo. Esta idea enlaza con la cultura de la web 2.0 que no es sino un nuevo modismo para tildar lo que antes definíamos como “hacer algo en grupo”.” (Caldevilla, 2010, p.47). Aunque el tipo de usuarios varía, en las redes sociales se retoman amistades pasadas, se conocen nuevas personas, se pasa el tiempo de ocio en entretenimiento, y se gestionan internamente las organizaciones.

Con la naturaleza 2.0 de las redes sociales de esta década, se están eliminado los límites construidos por las anteriores formas de interacción en red, y se contribuye al flujo de conocimiento y a la construcción colectiva, pues la web se alimenta del aporte de cada usuario, logrando un exitoso trabajo en grupo. En el contexto 2.0 se encuentran hoy conceptos como profesionales 2.0, empresas 2.0 y universidades 2.0, las cuales aprovechan las ventajas tecnológicas para potenciar su desempeño. El autor realiza un recorrido por la historia de las redes sociales, en el mundo y en España específicamente; describe los tipos y funciones, y presenta a la interactividad, personalización, multimedialidad, multiedicación y retroalimentación, y revolución lingüística y legal, como conceptos clave para comprender las redes sociales. Como elemento final se analizan los datos estadísticos de Facebook y Tuenti, las redes sociales más usadas en España, y se presentan una serie de ventajas y desventajas de las redes sociales.

El artículo *Aprovechando oportunidades arriesgadas en la creación de contenido joven: El uso por adolescentes de webs de redes sociales para la intimidad, la privacidad y la expresión propia*, que hace parte de la investigación *Mediatized Stories: Mediation Perspectives On Digital Storytelling*

Among Youth, Livingstone (2012) nos plantea que la sociedad reacciona de manera alarmista a la realidad de las redes sociales, al asegurar que los jóvenes que participan en ellas son totalmente narcisistas y carecen del sentido de privacidad y vergüenza; pues demuestra con su investigación que con las redes se logra la mediación y convergencia de espacios de socialización, en los que cada joven crea su mundo online, toma sus propias decisiones, puede compartir con sus amigos y “pares”, y basados en esta, crear su identidad; siendo conscientes de “las oportunidades (de identidad, intimidad, sociabilidad) y los riesgos (relacionados a la privacidad, malentendidos, abusos) facultados por las comunicaciones mediadas por Internet” (p.114). Livingstone realizó una investigación para explorar las prácticas de los adolescentes en las redes sociales, en la que llevó a cabo una serie de entrevistas individuales a 16 adolescentes entre los 13 y 16 años, con las que concluyó que la identidad de los jóvenes se ve representada en sus prácticas en las redes sociales, pues en ellas transcurre el proceso de cambio adolescente, y les posibilita expresar sus pensamientos, emociones, y cambios de ánimo.

Esta visión de las redes sociales como nuevo espacio de socialización es compartida por Flores Vivar (2009, pp. 73 - 81), quien en el texto *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*, en el que se presentan los primeros resultados del *Proyecto cybermedia: innovaciones, procesos y nuevos desarrollos del periodismo en Internet, telefonía móvil y otras tecnologías del conocimiento*, evidencia la oportunidad comunicativa de las redes sociales. Se muestra el panorama y comportamiento de las redes como plataforma para crear una cultura en red, pues más allá de ocupar el tiempo de ocio y diversión son “espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad.” (P. 75)

El papel dinamizador de las redes llega hasta el medio laboral, volviéndose indispensables en las organizaciones, en donde aportan el plus innovador que necesitan en el proceso de virtualización para llegar a más usuarios o consumidores. En este punto se evidencia la separación o categorización de las redes sociales según su dinámica interna. Existen así las creadas para compartir lo personal, como Facebook; y aquellas en las que se genera conocimiento por su misma naturaleza, como las realizadas en Ning.

En el ámbito académico también se analiza el tema de las redes sociales. En el texto *Las redes sociales en la educación*, Farnós Miró (2011, pp. 29 - 33) expresa la preocupación existente en las instituciones de educación secundaria por la falta de acompañamiento con el que los jóvenes navegan en la red, y la cantidad de riesgos existente en las redes sociales por su carácter público,

pues en ellas los jóvenes publican información personal sin preocuparse de quién la ve; pasan largos períodos de tiempo conectados, lo que puede convertirse en adicción; y establecen relaciones con jóvenes o adultos que los incitan a actividades potencialmente dañinas. Como solución a esta situación se plantea que, en lugar de prohibir el acceso a las redes sociales, los colegios y escuelas se conviertan en acompañantes y eduquen a los jóvenes en el buen uso de las redes, promoviendo su uso y participación como espacio académico, desarrollando su identidad y libre expresión, incentivando las relaciones virtuales con los profesores y logrando un ambiente de confianza en el que el estudiante se sienta libre de recurrir a ellos cuando se presente algún problema.

En cuanto a las redes sociales en la educación superior, la investigación *El uso académico de las redes sociales en universitarios* presenta el estudio realizado por tres profesores de la Universidad de Málaga, España, en el que se encuestó a 938 estudiantes y se realizaron dos grupos focales con el objetivo de conocer cómo las posibilidades comunicativas de las redes sociales podrían ser aprovechadas en la educación. Sus resultados evidencian la predilección de los estudiantes por la red social Facebook, a la que permanecen conectados casi todo el día, para divertirse y compartir con amigos; pero las actividades relacionadas con lo académico eran pocas, y en su mayoría por iniciativa de los mismos estudiantes cuando necesitaban ponerse al día si faltaban a clases, o consultar con sus amigos una duda sobre las tareas.

La relación virtual con los profesores era casi nula, los jóvenes no los tenían como contactos o los seguían en Twitter, lo que dificulta la inmersión de la educación en las redes sociales. Además la brecha generacional entre docentes y alumnos – nativos e inmigrantes digitales - evidencia la necesidad de formación docente en Tic, lo que permitirá integrarse a los nuevos entornos de comunicación y participación de los estudiantes. Se concluye que la integración de las redes sociales al aula de clases puede ser una experiencia positiva, en tanto se conozcan y apliquen las herramientas de enseñanza adecuadas para cumplir con el objetivo de generar y compartir conocimiento, en beneficio del estudiante.

Apoyando esta conclusión *Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria*, presenta un estudio realizado por Túñez López y Sixto García (2012, pp. 77 - 92) en el que se propuso una opción de participación virtual al curso “Producción de la información” dictado entre octubre de 2010 y febrero de 2011 en la Universidad de Santiago de Compostela. La participación por parte de los estudiantes era voluntaria, y el registro de esa interacción dio como resultado que los estudiantes están dispuestos a dedicar parte de su tiempo libre o personal a la realización de actividades académicas en la red social, al participar activamente de los foros y proponer ideas y temas de discusión. Los estudiantes entienden que

integrar Facebook a la labor docente significa aprovechar nuevos espacios de comunicación para complementar su aprendizaje presencial, y permite establecer una relación horizontal, *peer to peer*¹, con sus profesores, aspecto de igualdad que favorecería el aprendizaje.

Al ser un espacio de participación voluntario en un contexto casual, los estudiantes más activos y comprometidos fueron los que asistían con mayor regularidad a las clases presenciales, lo que muestra que más allá de las herramientas y posibilidades de participación es importante la motivación del estudiante para aprovecharlos. Es claro que Facebook no está concebida como una plataforma docente, ni debe pensarse como un reemplazo al aula de estudio, sino que debe verse, por estudiantes y profesores, como un apoyo extra que refuerce el aprendizaje del alumno, mediante el diálogo virtual con sus compañeros y con el docente.

Además de las redes sociales más usadas por los jóvenes, Haro Ollé (2010, pp. 11) presenta en su trabajo *Redes Sociales en Educación*, una lista de herramientas y servicios web de redes sociales que pueden integrarse con el contexto educativo. El autor inicia con la descripción de los servicios ofrecidos por las redes sociales, diferenciándolas en estrictas, que son las que se centran exclusivamente en las relaciones entre personas; y los servicios 2.0 con características de redes, en las que el centro de atención está en el objeto como tal (video, fotos, presentaciones y documentos). Así mismo describe las características y aplicaciones educativas de las redes sociales basadas en *microbloggin* y de las redes sociales completas, señalando a estas últimas como las más apropiadas para el uso educativo, pues permiten la creación de grupos de trabajo de estudiantes y sub comunidades por cada materia, el acompañamiento de las actividades por parte del docente, y la exposición de dudas y comentarios de los estudiantes, que son resueltas por los profesores.

3.2. Marco contextual

Con la llegada de Internet a Colombia en 1994, gracias a la Red de Ciencia, Educación y Tecnología de Colombia, Cetcol, más allá del acceso inmediato a la información se abrió la posibilidad a una nueva forma de interacción, en la que los jóvenes se han vuelto protagonistas.

Las prácticas mediáticas que los jóvenes realizan en Internet han permitido a éste hacer parte de su estilo de vida actual. Internet los pone en relación con el mundo, les aporta información, los actualiza, les ofrece un espacio para la diversión y el entretenimiento. Las campañas publicitarias los ligan a este medio: dicen en sus mensajes que la única cosa de la

¹ *Peer to peer* hace referencia a la igualdad de dos personas; es decir, encontrarse en el mismo nivel que un amigo o compañero y tratarlo como tal.

que se arrepienten después de comprar el computador y ensayar Internet, es no haberlos tenido antes. (Jaillier, 2010, p. 248)

Esa necesidad de conexión e interacción entre los jóvenes se refleja en las estadísticas. Para febrero de 2013 el número de usuarios de Facebook en Colombia era de 17,686.920, de los cuales 4,266.810 eran jóvenes entre los 18 y los 24 años, lo que equivale al 34%; seguido del 26% perteneciente al rango edad de 25 a 34 años.

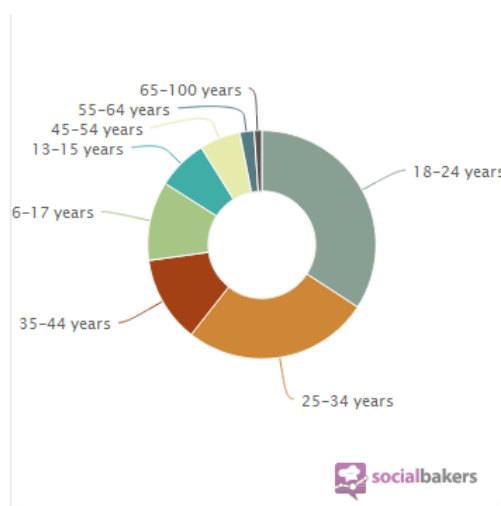


Figura No.1. Distribución de usuarios de Facebook según su edad. Imagen tomada el 20 de mayo de 2013 de <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/colombia>

Esta información muestra cómo los jóvenes son parte activa y dominante en el uso de las redes sociales, lo que ha generado gran inquietud en el sector educativo, en el que se han realizado investigaciones como *Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española* (Almansa Martínez, Fonseca & Castillo Esparcia, 2012), en la que se hace una comparación entre el uso e interacción social de adolescentes entre 13 y 15 años de la Institución Educativa Distrital Técnico Internacional de Bogotá, y de varios centros educativos en Andalucía, España. Esta investigación muestra cómo, si bien los jóvenes aseguran conocer los riesgos de Internet, no tienen problema con exponer el total de su vida en la red social, compartiendo información real e importante, y *montando* la mayor cantidad de fotos posibles; todo para conseguir el reconocimiento y aceptación de sus amigos.

Así mismo, Twitter, red a la que muchos le atribuyen naturaleza social, es en realidad una red informativa creada en 2006 como servicio de microbloggin, y que tiene aproximadamente 485 millones de cuentas a finales de 2012, como lo muestra el estudio realizado durante este año por Global Web Index. Los resultados de esta investigación se presentaron a manera de infografía, muestran a Arabia Saudita como el país más Twittero (51%), seguido de Indonesia (49%), Filipinas

(39%) y Turquía (39%). Así mismo se ve que el rango de edad de quienes participan en la red es de 25 a 34 años, con un 36%, seguido del 22% que tienen de 16 a 24 años.

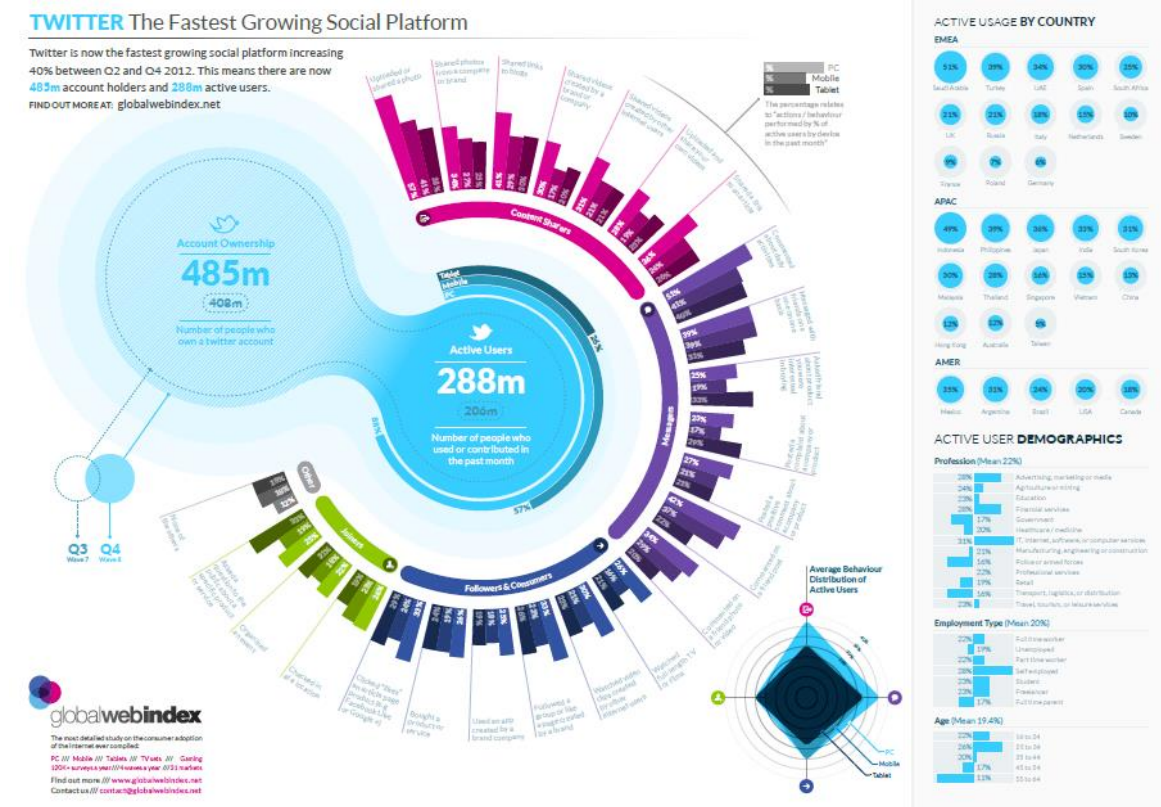


Figura No.2. Twitter. The fastest growing social platform. Imagen tomada el 20 de mayo de 2013 de http://globalwebindex.net/wp-content/uploads/downloads/2013/02/TwitterTwitter_GWI_2013.pdf

En Colombia, según datos de Google Trends las búsquedas de la palabra Twitter en este buscador aumentaron de la clasificación uno(1) en interés de búsqueda en febrero de 2009, a cien (100), el nivel más alto en diciembre de 2012, para cuando esta red de información contaba con más de seis (6) millones de usuarios.

Esta preferencia que tienen los jóvenes por las redes sociales y de información pasa a ser una gran oportunidad para las empresas, que los ven como nuevo grupo de consumidores activos, para los que hay que crear estrategias y planes de mercadeo.

Como ejemplo tenemos a las compañías de telefonía celular del país: Claro, Movistar y Tigo, que han ingeniado planes especiales para universitarios, con cómodas cuotas y financiación acorde al estilo de vida de estos jóvenes. Claro ofrece la compra de dispositivos móviles y de escritorio, pagándolos a cuotas con un cargo fijo mensual que varía según el plan de datos o Internet móvil que elija el usuario de los ofrecidos por la compañía; por ejemplo, al comprar la Samsung Galaxy Tab

de 7 pulgadas se pagarían cuotas de \$30.117 mensuales, más el valor del cargo fijo mensual del plan de datos.

Movistar por su parte ofrece el Plan estudiante, el cual es válido sólo para líneas activas con equipo Black Berry y con el que se pagan \$29.900 mensuales, y se tiene derecho a correos electrónicos y mensajería instantánea ilimitada en el móvil, pero no permite navegación en Internet. .

Por su parte la promoción de Tigo consiste en que al llevar un Smartphone de las 10 referencias seleccionadas, el usuario puede adquirir como “compañero” otro Smartphone pagando sólo el IVA de este dispositivo móvil. Los dos equipos deben activarse en uno de los planes postpago que ofrece la compañía y están sujetos a cláusulas de permanencia. Estas promociones, en los tres operadores, varían cada mes, en fechas especiales o por determinada época del año, haciendo a diciembre – enero y junio – julio, los meses en los que se presenta mayor número de promociones para estudiantes.

Así mismo a los operadores móviles virtuales, como Uff Móvil y Virgin Mobile se une el Grupo Éxito con Móvil Éxito, servicio lanzado el 15 de mayo en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín. Este tipo de telefonía, que no maneja redes propias sino que se vale de las ya existentes, funciona con la venta de una tarjeta SIM lista para ser instalada en cualquier teléfono móvil con bandas abiertas. Aunque por ahora la tarifa es estándar (minuto a 139 pesos a celulares Móvil Éxito y 239 pesos a otros operadores y fijos), es el primer paso para ingresar al mundo de las telecomunicaciones.

Pero no sólo la telefonía celular ofrece planes y tarifas especiales a estudiantes. También los operadores de Internet tienen promociones pensadas para ellos:

Movistar: ofrece Internet de dos (2) megas con telefonía local ilimitada por \$47.560 pesos mensuales.



Figura No. 3. Campaña promocional de Movistar. Imagen tomada el 20 de mayo de 2013 de http://www.movistar.co/internet/regreso_a_clases_fijo/

Une: la promoción consiste en un 30% de descuento en los planes de conexión a Internet postpago 4G LTE



Figura No. 4. Campaña promocional de UNE. Imagen tomada el 20 de mayo de 2013 de <http://www.une.com.co/hogares/regreso-a-clase-4glte>

Claro: ofrece plan de Internet móvil ilimitado por 29.900 pesos mensuales, pagando sólo el IVA el módem.



Figura No. 5. Campaña promocional de Claro. Imagen tomada el 20 de mayo de 2013 de <http://www.claro.com.co/portal/co/pc3/personas/internet/>

Y este panorama de ofertas y variedad en el servicio se ve aún más prometedor y competitivo, debido a la subasta 4G a realizarse el 26 de junio, cuando se adjudicará a uno de los siguientes 6 competidores: Claro, Directv, Movistar, Tigo (en consorcio con la ETB) Avantel, y "una promesa de sociedad futura de Azteca 4G"².

La principal ventaja de 4G para el consumidor es una mayor velocidad de carga y descarga de datos. Estamos hablando de velocidades diez veces mayores a las ofrecidas actualmente en Colombia por las redes 3G, basadas en tecnología HSPA+; al día de hoy, los usuarios experimentan velocidades típicas promedio de 1 megabit por segundo (Mbps) en descarga (DL) y un poco menores en subida (UL) de datos. En el caso de las redes con tecnología LTE, pueden beneficiarse de velocidades promedio de entre 12 Mbps (DL) y 5 Mbps (UL). Una mayor velocidad permitirá a los usuarios acceder a una nueva gama de servicios, los cuales no son posibles con las redes actuales y entre los que figuran videos en alta definición, videos en tiempo real y videojuegos multi-jugador; asimismo, permitirá nuevas aplicaciones empresariales y sociales como, por ejemplo, la segunda generación de servicios M2M (Machine to Machine) y aplicaciones de telemedicina.³ (Elespectador.com)

Además de estas ofertas y planes comerciales en el país se desarrollan programas para el aprovechamiento de las Tic. Ejemplo de esto es la Política Nacional de Uso Responsable de las Tic del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, llamado En Tic confío, con el que se busca promover la confianza y seguridad en el uso de las Tic en Colombia. En la página web <http://www.enticconfio.gov.co> se puede encontrar información relevante sobre las Tic, dirigida a varios públicos categorizados así:

Jóvenes: esta sección presenta herramientas y programas que pueden utilizar los jóvenes para la creación de blogs, comunidades virtuales, presentaciones creativas en multimedia, también habla de las normas y forma correcta de relacionarse en Internet, como la Netiqueta. Una parte importante de esta categoría es el énfasis que se hace en el cuidado que deben tener los jóvenes en la red, ante la cantidad de peligros existentes, como la ciberdependencia, el ciberacoso y los delitos

² Dato de <http://www.colombiadigital.net/entorno-tic/noticias/tic-en-colombia/item/4887-gobierno-recibi%C3%B3-6-ofertas-para-subasta-de-4g-en-colombia.html>

³ Información tomada de <http://www.elespectador.com/opinion/columna-417683-los-grandes-beneficios-del-4g-colombia>

informáticos. Se explica qué son, cómo prevenirlos y la manera correcta de actuar si llegan a suceder estas situaciones peligrosas.



Figura No. 6. Cabezote de ciberacoso – jóvenes de En Tic confío. Imagen tomada el 15 de junio 2013 de <http://www.enticconfio.gov.co/ciberacoso-jovenes.html>

Formadores: esta categoría está orientada a formar padres de familia responsables que estén al tanto de lo que sus hijos hacen en la web, con el fin de ayudarlos a protegerlos y enseñarles cómo educar a los jóvenes para el uso responsable de las Tic. También se presentan aplicaciones, programas y páginas útiles para la protección de los hijos, y para la denuncia de comportamientos peligrosos.



Figura No. 7. Cabezote Formadores Tic de En Tic confío. Imagen tomada el 15 de junio de 2013 de <http://www.enticconfio.gov.co/index.php/formadores-tic.html?start=24>

Medios: en esta sección se informa sobre los eventos a realizar en el país para fomentar la educación en el uso responsable y seguro de las Tic, se presentan las estrategias y campañas ya realizadas, se da la posibilidad de descargar documentos para la formación de padres y jóvenes. También se puede solicitar la conferencia sobre el uso responsable de Internet y otras Tic.



Figura No. 8. Documentos disponibles En Tic confío. Imagen tomada el 15 de junio de 2013 de <http://www.enticconfio.gov.co/descargas-documentos.html>

3.3. Conceptos

3.3.1 Jóvenes

La juventud es, desde la modernidad, ese gran espacio ambiguo resultante de la dilatación de la etapa comprendida entre la infancia y la madurez. Es el resultado directo del alargamiento del periodo educativo y del retraso en la incorporación al mundo laboral. Los paquetes de información aprendidos en la hilera educativa permiten, por primera vez en la historia, separar por edades de forma nítida y universal a poblaciones enormes. Lo que habían sido prácticas segmentadas de sociedades separadas que marcaban diferentes formas de entrada en la edad adulta se convierten ahora en comportamientos específicos de jóvenes y adolescentes, alargados en el tiempo y relativamente universales más allá de las diferencias según la extracción social, la localidad y el sexo. Menor Sendra (2010, p. 25)

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 V (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.

“Todo individuo necesita sentir que forma con otros una comunidad, que se diferencia o se asemeja a otros seres con los que comparte 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 Millennials⁴, la presencialidad no es factor determinante en sus relaciones sociales.

⁴ “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>

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-ups⁵. (Pew Research Center, 2010, p. 7)

3.3.2 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.

⁵ 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.

A History of the Business of Social Media :-)

1978

Ward Christensen and Randy Suess, two computer hobbyists, invent the **computerized bulletin board system (BBS)** to inform friends of meetings, make announcements and share information.

1993

Students at the University of Illinois at Urbana-Champaign develop **Mosaic**, the browser credited as making the World Wide Web available to the public, and Web pages as we know them today were born.

Beverly Hills Internet launches **GeoCities**, a service that allows users to create their own websites.

1994

The Internet is referred to as the **Information Superhighway**. Newsweek features an article, "The Internet? Bahl," that discounts the influence of the Internet and predicts it will never replace traditional media.



Blogging service **Blogger** launches.

The dot.com **bubble bursts** and the future of the Internet is uncertain.

1998

GeoCities goes public. **Friends Reunited** the first social network to achieve popularity, was founded in Great Britain to locate past school friends. **Yahoo** buys **GeoCities** for **\$3.57 billion**.

1997

GeoCities surpasses one million members.

AOL Instant Messenger lets users chat.

Blogging begins.

Google launches.

1995

The Web has one million websites.



2000

Seventy million computers are connected to the Internet.

Social networking site **Friendster** launches. It grows to 3 million users in three months. Its user base peaks in 2008.

2002

AOL has 34 million members.

MySpace launches.



2003

Google buys **Blogger**. Linden Lab introduces the virtual world, **Second Life**.

LinkedIn launches as a social networking site for professionals.

Facebook launches for students at Harvard. It's referred to as a college version of Friendster. An unnamed investor offers Mark Zuckerberg \$10 million to buy it. Zuckerberg declines.

MySpace is the most popular social networking site in the U.S.

Friends Reunited, now with 15 million members, is sold to the British television company ITV.

YouTube begins storing and retrieving videos.

You Tube

2005

News Corp buys **MySpace** for \$580 million.

Viacom offers to buy **Facebook** for \$75 million. Facebook declines. It launches for high school students.

2004

MySpace outperforms **Friendster** in page views.

Digg launches as a social news site where people can share content from anywhere on the Web.

Bebo—an acronym for Blog Early, Blog Often—launches as another social networking site.

2006

Viacom returns with an offer to buy **Facebook** for **\$1.5 billion**, but the deal falls through. **Yahoo** tries to buy Facebook for **\$1 billion**, but Facebook declines the offer. Facebook extends its membership to anyone over the age of 13 and releases Facebook Platform, a service that let's third-party developers create apps for the site.

Google gets **400 million** searches a day.
Twitter is born.



2007

Facebook outperforms **MySpace** in terms of monthly unique visitors. It launches **Beacon**, an advertising system that exposes user purchasing activity. MoveOn.org and many others protest, calling it an invasion of privacy. Beacon shuts down in 2009.

Google offers to buy **Facebook** for **\$15 billion**.
Apple releases the **iPhone**.

2009

ITV sells the relatively unsuccessful **Friends Reunited** to Brightsolid Limited.

Facebook reaches more than **400 million** users. It surpasses Google's weekly traffic.

MySpace popularity declines to **57 million** users.

Twitter breaks the news story about a plane landing in the Hudson River.

Unfriend is the New Oxford American Dictionary word of the year.

Microsoft launches **Bing** to compete with Yahoo and Google.

Bebo is purchased by **AOL**.

Facebook tries to buy **Twitter** for **\$500 million**.

Tumblr launches.

2008

Facebook is ranked as the most-used social network worldwide, with more than **200 million** users. The site's traffic is twice that of **MySpace**.

facebook.

2010

To compete with Facebook and Twitter, **Google** launches **Buzz**, a social networking site integrated with Gmail. In its first week, millions of Gmail users created 9 million posts.

AOL sells **Bebo** to Criterion Capital Partners.

Apple releases the **iPad**.



The **population of Internet** is estimated at **1.97 billion** users, nearly **30 percent** of the global population.

The **Internet surpasses newspapers** as a primary way for Americans to get news. It's the third most popular news platform, with many users using social media and personalized feeds to gather news.

2011

MySpace and **Bebo** are redesigned and updated to compete with the far more successful Facebook and Twitter.

Facebook reaches an annual revenue of **\$3.7 billion**.

Apple introduces a music-based social network called **Ping**.

News Corp. sells **MySpace** to digital media firm **Specific Media** for **\$35 million**.

There are more than **550 million** people on **Facebook**, **65 million** tweets sent through **Twitter** each day, and **2 billion** video views per day on **YouTube**. **LinkedIn** has **90 million** professional users and goes public.

Tumblr hits **1 billion** page views per month, **2 million** posts per day and plans to start generating some revenue.

Pinterest launches as a content curation site.

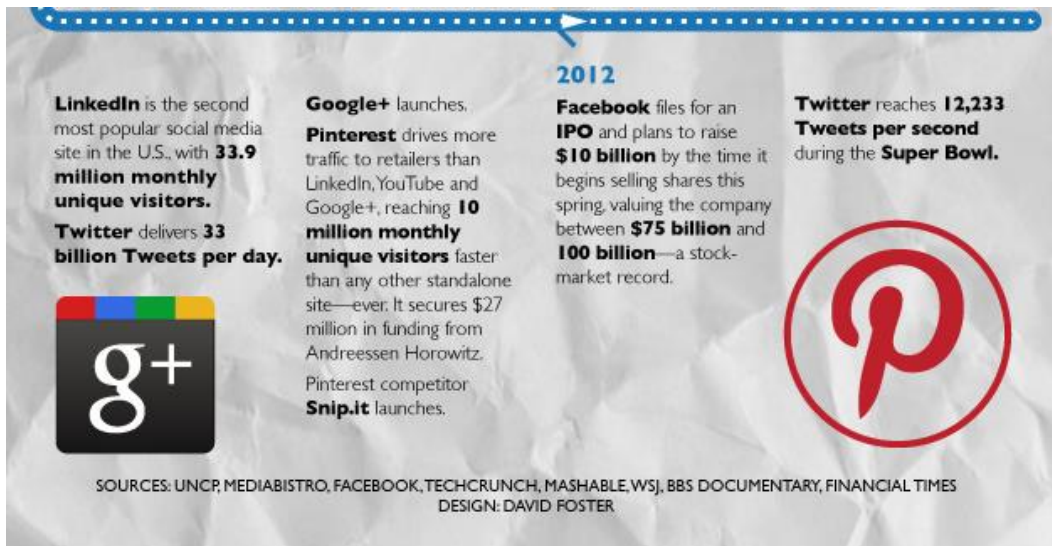


Figura No.9. Infografía Historia de las redes sociales. Imagen tomada el 15 de junio de 2013 de <http://www.whatsnew.com/2012/02/17/la-historia-de-las-redes-sociales-en-una-infografia/>

Hoy las redes sociales pueden definirse como

... 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 site⁶. (Boyd & Ellison, 2007, p.1)

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 identifique y apasione al usuario. Un estudio de Prollie, una plataforma de análisis de

⁶ ... 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.

social media, presenta la siguiente infografía en la que se muestran los temas de preferencia para compartir en las redes sociales.

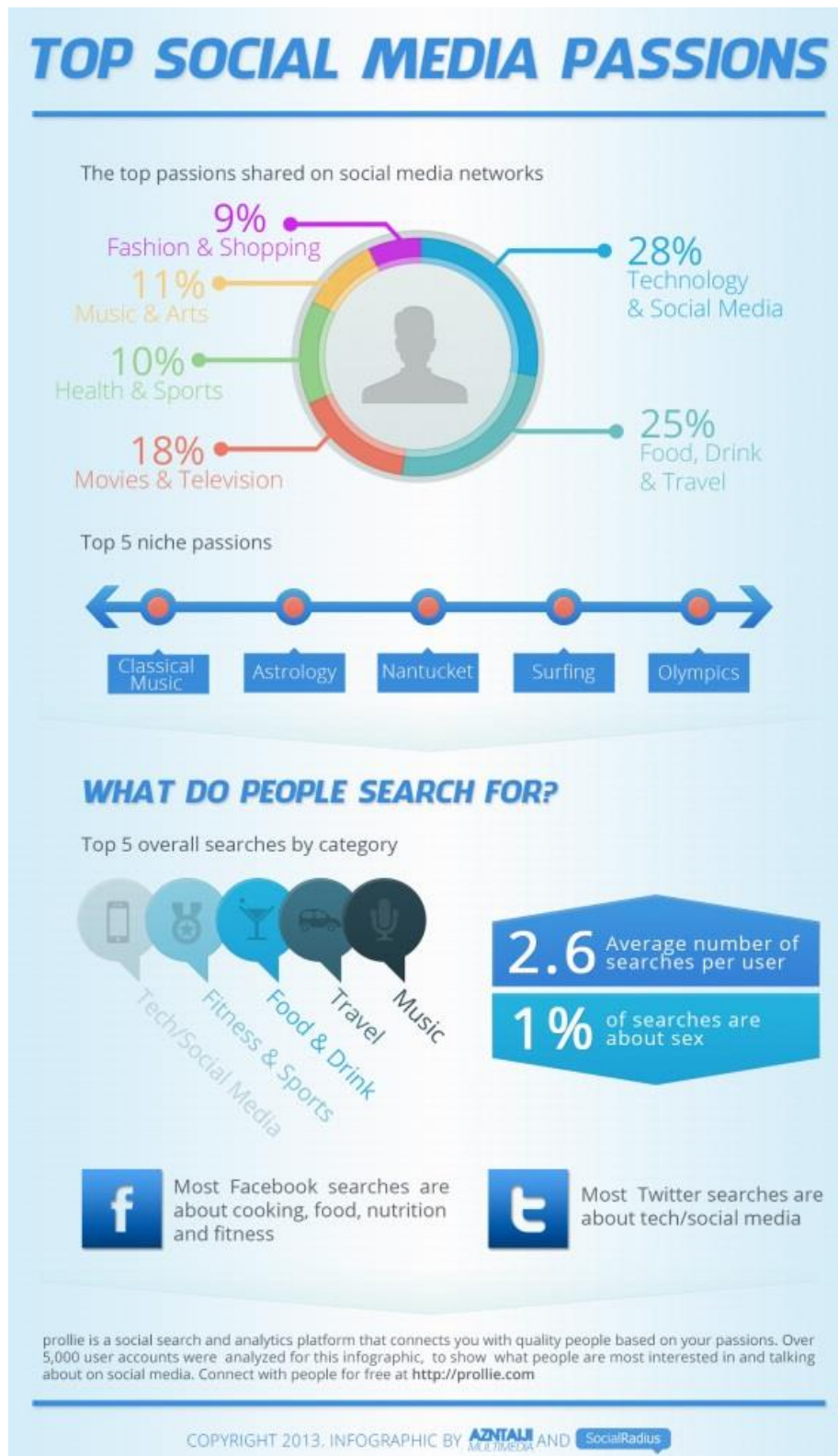


Figura No. 10. Top Social Media Passions. Imagen tomada el 22 de mayo de 2013 de <http://www.trecebits.com/2013/05/19/lo-que-mas-nos-gusta-ver-y-compartir-en-las-redes-sociales-infografia/>

No es muy alta la diferencia de porcentajes entre los tres temas más compartidos en redes sociales. 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 Mapa de las redes sociales, 3ª versión, realizado por el III Congreso Latinoamericano de Redes Sociales.

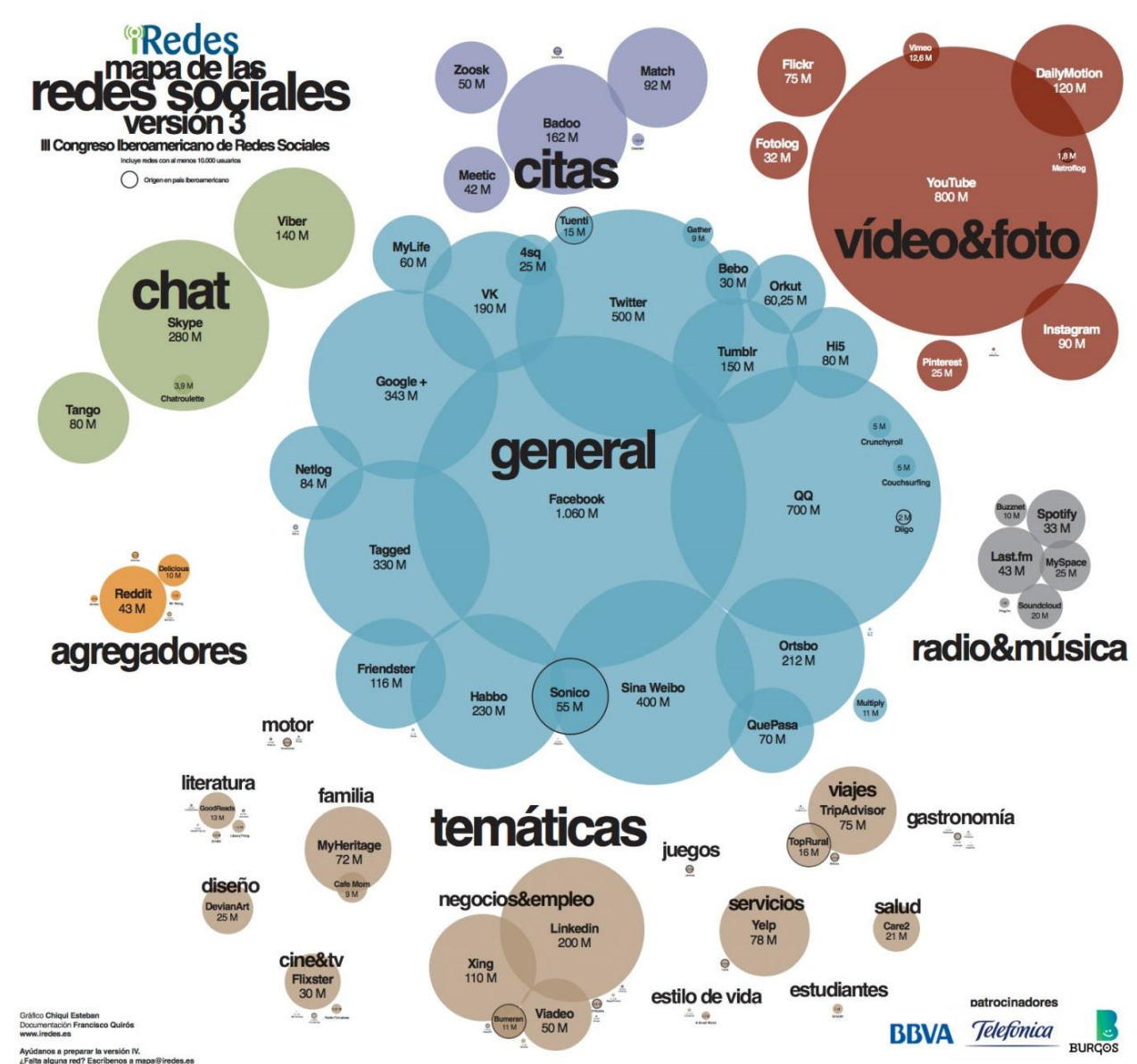


Figura No. 11. Mapa de las redes sociales. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de

<http://www.iredes.es/2013/03/tercera-version-del-mapa-iredes//>

3.3.3 Universidades: traspasando el aula

El modelo de enseñanza en las universidades ha cambiado drásticamente desde la entrada al aula de las Tecnologías de la Innovación y Comunicación, Tic, con las que el aprendizaje es un proceso colaborativo en el que es necesaria, además del conocimiento del docente, la autonomía del estudiante.

Los nuevos paradigmas para la interacción en los procesos educativos que sugieren las TIC permiten pensar en cambios, cambios que obligan a profesores y estudiantes a repensar sus roles dentro de los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Ambos roles deben cambiar definitivamente, ahora los docentes no se deben proponer como las únicas fuentes de conocimiento, ni mucho menos como los únicos capaces de enseñar a sus estudiantes; por su parte, el rol de los estudiantes también debe cambiar, ya no deben sentirse como aquellos sujetos que pagan para que se les enseñe, ahora y con la cantidad de información a la que tienen acceso deben presentarse como “investigadores” que buscan y aportan sus reflexiones, sujetos que también enseñan a sus pares, estudiantes que aprenden en grupo y colaborativamente con sus compañeros. (Peláez Cárdenas, 2012, p. 2)

Vemos cómo hoy el alumno forma parte activa y esencial en su aprendizaje y se vuelve en gran medida el responsable de su éxito o fracaso en la búsqueda del conocimiento. En palabras de Zambrano, Medina & García (2010, p.51) “el estudiante pasó de ser un receptor pasivo de conocimientos a ser parte activa de su aprendizaje, basado en su autoestima, motivación, disciplina y confianza”.

En esta línea Covi Druetta propone la creación de nuevos ambientes de aprendizaje con las siguientes características que fomenten la educación en red:

1. El maestro pasa a ser un orientador o facilitador que prepara con habilidades especiales nuevos materiales para ponerlos en línea, a la vez de conducir a sus estudiantes en el complejo y vasto mundo de la información.

2. El maestro ofrece asesorías individuales y colectivas, lo cual implica que debe disponer de una mayor cantidad de tiempo para realizar adecuadamente su trabajo, destinado tanto a la preparación de materiales como al seguimiento del proceso educativo.
3. El alumno debe poseer habilidades para el estudio independiente, conjugando responsabilidad, creatividad, capacidad expresiva y espíritu de búsqueda, además de un constante y renovado deseo de aprender.
4. Los materiales y contenidos experimentan una revolución que se origina en la digitalización: más información; mejor distribución del conocimiento; ruptura de los límites impuestos por el tiempo y el espacio; la red como infraestructura que permite el viaje de datos, imágenes, voz, sonidos, información.
5. La producción de los materiales de apoyo al proceso de enseñanza – aprendizaje debe hacerse en grupos multi, trans e interdisciplinarios que permitan un mejor aprovechamiento no solo de los recursos didácticos, sino también de los conocimientos y de la infraestructura tecnológica.
6. La nueva forma de enseñar exige cambios administrativos, docentes, económicos, de infraestructura, así como modificaciones en todos los niveles de la institución (por ejemplo formas de pago, evaluaciones, sistemas de evaluación, medición de asistencias o remuneración de los maestros).
7. La sociedad debe estar preparada para entender el nuevo tipo de educación: virtual, desterritorializada, multicultural, independiente y, sobre todo, inacabada, en constante construcción según los parámetros de educación para toda la vida. (2009, p.18)

Este nuevo ambiente de aprendizaje permite ir más allá de los elementos de enseñanza tradicionales, e integrar al proceso educativo herramientas conocidas por los jóvenes; por ejemplo las redes sociales y los dispositivos móviles. Estos elementos de comunicación e interacción usados

a diario por los estudiantes, se convierten en una oportunidad de entrar en su realidad e integrar en ella el mundo académico.

4. 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.

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 Crovi, 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 son: uso, consumo y rutina; y las preguntas que responden a cada una, fueron las siguientes:

USO:

1. Señala con una x en cuál o cuáles de las siguientes redes sociales y de información tienes cuenta

- | | | |
|--------------------|-----------------------|-------------------|
| a. Facebook _____ | b. Twitter: _____ | c. LinkedIn _____ |
| d. Pinterest _____ | e. Delicious _____ | f. Flickr _____ |
| g. Google + _____ | h. YouTube _____ | i. MySpace _____ |
| j. Ninguna _____ | k. Otra, ¿cuál? _____ | |

2. Escribe cuáles son las redes que más utilizas. Empieza por la más importante para ti, la que más usas.

5.1 Si seleccionaste todo el día, escribe por favor a cuáles redes sociales permaneces conectado:

7. ¿Desde qué dispositivo o equipo accedes con mayor frecuencia a las redes sociales?

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------|
| 1. Computador de escritorio _____ | 2. Computador portátil _____ |
| 3. Tablet _____ | 4. Smartphone _____ |

CONSUMO:

3. ¿Cada cuánto te conectas a estas redes sociales?

1. Una vez por semana _____ 2. Cada dos días _____
 3. Una vez al día _____ 4. Más de una vez al día _____

4. ¿Cuánto tiempo permaneces conectado a las redes sociales?

1. Menos de una hora _____ 2. 1 a 2 horas _____ 3. 2 a 5 horas _____
 4. 5 a 10 horas _____ 5. Más de 10 horas _____

RUTINA:

5. ¿En qué momento del día te conectas a las redes sociales? Selecciona **uno** de los siguientes horarios.

1. Mañana (7:00 a.m. a 11:59 a.m.) _____ 2. Medio día (12 m a 1:59 p.m.) _____
 3. Tarde (2:00 p.m. a 6:59 p.m.) _____ 4. Noche (7:00 p.m. a 11:59 p.m.) _____
 5. Madrugada (12:00 p.m. a 6:59 a.m.) _____ 6. Todo el día _____

La importancia de las actividades que se realizan en las redes sociales se evaluó con la siguiente tabla, en la que los estudiantes seleccionaban de uno (1) a cinco (5), el nivel de importancia que cada uno le daba a las actividades allí presentadas, siendo 1 una actividad sin importancia, y 5 la actividad más importante.

Actividades	1	2	3	4	5
Hablar con amigos en tiempo real (chat, mensajes instantáneos)					
Enviar mensajes a buzones o bandejas de entrada					
Contactar familiares lejanos					
Publicar opiniones personales					
Informar a mis amigos y contactos lo que pasa en mi día a día					
Mantenerme actualizado de lo que pasa en Colombia y el mundo					
Apoyar causas sociales					
Apoyar movimientos o campañas políticas					

Montar fotos o imágenes propias (de mi autoría)					
Consultar temas académicos para realizar trabajos					
Contactar expertos en algunos temas de estudio					
Conocer la vida de mis contactos					
Organizar reuniones presenciales con amigos					
Compartir y comentar videos de mis amigos y contactos					
Protestar o hacer visible mi inconformismo con algo o alguien					
Promocionar un negocio propio o de algún amigo					
Desatazarme de lo que pasó en la clase a la que falté					
Ponerme en contacto con un profesor					

La pregunta 5.2 también complementa esta categoría.

5.2 ¿Por qué permaneces conectado a estas redes específicas?

Las siguientes dos preguntas ayudaron la definición del perfil de los estudiantes:

6. ¿Tienes Smartphone? 1. Si _____ 2. No _____

6.1 Si tu respuesta es **sí** por favor señala con una x las características que incluye tu plan de datos:

1. Voz ____ 2. Chat ____ 3. Redes sociales ____

4. Mail ____ 5. Navegación ____ 6. Otro: _____

7. No tengo plan de datos, accedo a Internet y redes usando Wifi ____

8. ¿Tienes a profesores o directivos de la universidad entre tus contactos de las redes sociales?

1. Si _____ 2. No _____

4.1 Mirada a las redes sociales y aplicaciones para dispositivos móviles en las universidades de América Latina

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.



Figura No.12. Interfaz del App móvil de la Universidad de Murcia, España. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.um&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS51bSJd

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.



Figura No.13. Interfaz del App móvil de la University of Alabama, Estados Unidos. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.blackboard.android.central.ua&feature=search_result

Sin embargo el contexto para los aplicativos móviles y las redes sociales académicas en América Latina aún no es tan completo. 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.

En el tema de las redes sociales, si bien 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 en pro del intercambio y generación de conocimiento, llamada Red CLED.

La Red CLED Conocimiento libre y educación⁷, 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.

⁷ Información tomada el 28 de mayo de 2013 de <http://redcled.net/weblog/>



Figura No.14. Red CLED. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de <http://redcled.net/weblog/>

Esta iniciativa nace después de las Primeras Jornadas en línea sobre Conocimiento Libre y Educación, realizadas en Venezuela en mayo y junio de 2009. Red CLED ofrece a sus miembros lo siguiente:

- Un sistema de red social de código abierto que ofrece posibilidades de comunicación síncronas y asíncronas entre todos sus miembros registrados, mediante foros de discusión, *microblogging*, *webchat* y mensajería interna.
- Grupos de discusión dentro de la red social, donde cada miembro puede compartir sus ideas, experiencias y conocimientos abiertamente.
- Un sistema de gestión de aprendizaje (*Moodle*) de código abierto que sirve como medio y soporte para facilitar cursos en la modalidad a distancia por parte de cualquier miembro de la red. Este sistema brinda libre acceso a todos los materiales alojados en el mismo, bajo la filosofía *OpenCourseWare*, impulsada desde el 2001 por el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) y que es un ejemplo de las iniciativas que en los últimos tiempos han emergido para promover el acceso libre y sin restricciones al conocimiento.

- Un grupo de discusión en Google que sirve como medio para la difusión de información a través del correo electrónico.
- Una red de microblogs soportada en un servicio Web 2.0, que permite el intercambio de ideas, comentarios, vínculos e información relevante.
- Un canal de televisión en línea, donde se alojan principalmente contenidos audiovisuales producidos por los miembros de la red y algunos otros seleccionados de los diversos repositorios que existen actualmente (*Youtube, Blip.tv, Dailymotion*, entre otros).
- Un canal en el repositorio Blip.tv donde se alojan videos de los diferentes eventos y actividades realizadas por la red. Todos los contenidos en este espacio están licenciados con *Creative Commons 3.0*⁸
- Contenidos licenciados con *Creative Commons* de atribución no comercial, reconocimiento y licenciar igual.
- Registro abierto en la red social y en el sistema de gestión del aprendizaje (SGA). Cualquier persona interesada puede formar parte de este colectivo sin costo alguno.
- La creación de blogs para cada miembro en el dominio CLED, en donde se pueden compartir contenidos libremente, con la única condición que estos sean licenciados con *Creative Commons*.
- Moderación en las entradas y publicaciones por parte de un administrador y de la misma comunidad quien cuida la calidad y pertinencia de los contenidos distribuidos en los espacios virtuales de la red.⁹ (Pérez, Castillo & Marquina, 2009)

⁸ *Creative Commons* es un sistema de licencia libre con la que el creador de una obra establece las condiciones de reproducción de su obra, eligiendo entre 6 categorías, disponibles en <http://co.creativecommons.org/tipos-de-licencias/>

⁹ Información tomada el 22 de mayo de 2013 de http://www.cognicion.net/index.php?option=com_content&task=view&id=322

En cuanto al desarrollo de aplicativos móviles por las universidades en América Latina, si bien el avance no es masivo como en las universidades de España o Estados Unidos, sí es un buen punto de partida en el intento de introducir las Tic en la academia. Como ejemplo mostramos a continuación las aplicaciones para dispositivos móviles desarrolladas por las universidades de América Latina.

4.2 Argentina

4.2.1 Universidad Nacional de Río Cuarto: UNRC 2.0.

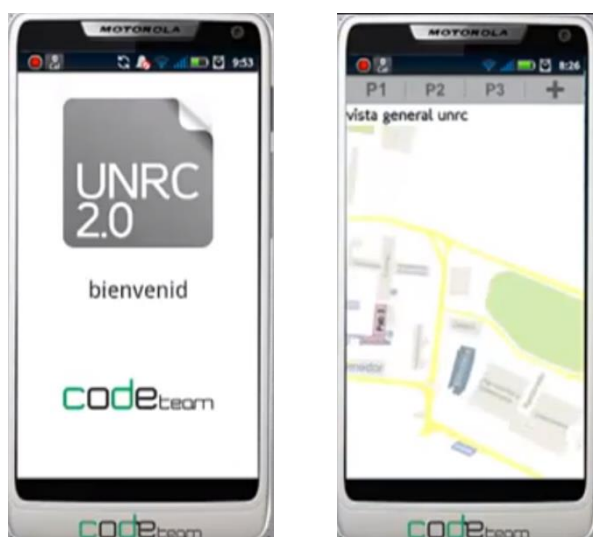


Figura No. 15. Interfaz UNRC 2.0. Imagen tomada el 4 de junio de 2013 de <http://www.youtube.com/watch?v=w5RKZfqin14>

Saúl Coria y Eduardo Depetris, estudiantes de computación de la Facultad de Ciencias Exactas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, en donde estudian en promedio 20.000 estudiantes en 42 carreras de pregrado, crearon UNRC 2.0, un aplicativo de descarga gratuita desde Google Play, para Smartphone y tablets con sistema operativo Android, para que los estudiantes que ingresan a la universidad tengan toda la información que necesitan para adaptarse y ubicarse en ella.

Su lanzamiento fue en marzo de 2013 y aún se está en revisión y complemento de los servicios ofrecidos, que son:



horarios

Muestra las rutas y horarios de las líneas de buses. Permite agregar horarios propios.



carreras

Presenta las facultades, carreras y planes de estudio, con enlace directo al plan de la página de la universidad.



mapa

Mapa de georeferenciación de la UNRC, con los bloques, aulas y lugares importantes.

Figura No. 16. Íconos y funcionalidades de UNRC 2.0. Imágenes tomadas el 4 de junio de 2013 de <https://play.google.com/store/apps/details?id=training.unrc&hl=es> 419

También tiene un link para compartir y comentar información en la página oficial del aplicativo en Facebook. No tiene sección de perfiles o interacción social entre estudiantes o con profesores.

Aunque es la primera versión, ya cuenta con una actualización en la que se mejoraron los horarios y se agregaron más recorridos por la universidad, el aplicativo ha tenido buena acogida por la comunidad universitaria, reflejada en las más de 600 descargas realizadas en los primeros 3 meses de uso; y los comentarios positivos en la página oficial del aplicativo en Facebook, entre los que encontramos los siguientes:



Figura No 17. Comentarios de los usuarios en la página de Facebook UNRC 2.0. Imagen tomada el 12 de junio de 2013 de <https://www.facebook.com/Unrc20>

4.2.2 Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires:

Aún no cuenta con el aplicativo, pero tiene planteado un proyecto desde octubre de 2012, para desarrollar una app para Smartphone y tablets con el que estudiantes y docentes puedan acceder a la información de la universidad. El acceso se realizará por medio de la cuenta de acceso a la plataforma virtual de la universidad, con la que ya cuentan los docentes y estudiantes. Tendrá perfiles, especiales para profesores y estudiantes, en el que podrán consultar los cursos, exámenes finales, notas, novedades en las materias a las que está inscrito, y acceso a la información de la biblioteca. Los docentes verán información de la agenda, exámenes y estudiantes inscritos en sus cursos. Habrá un mapa de geo referenciación; una sección multimedia para conectarse con los canales de radio de la universidad; y una sección a la que el usuario se inscribe para recibir noticias de áreas específicas de la universidad.

4.2.3 Universidad de San Isidro:

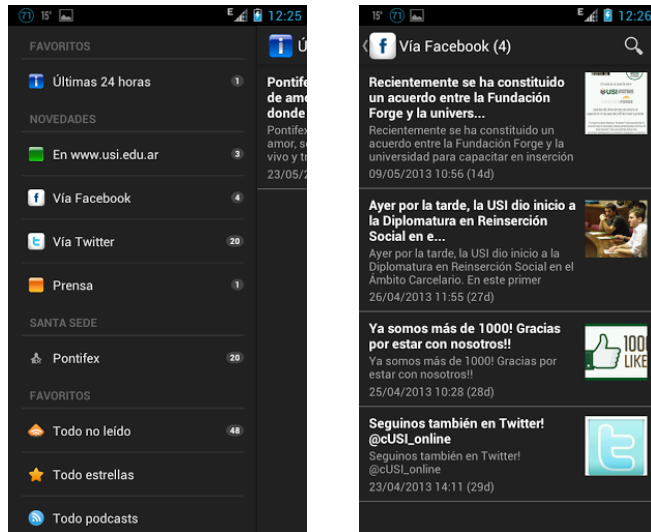


Figura No. 18. Interfaz aplicativo Universidad de San Isidro. Imagen tomada el 4 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.usi&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS51c2kiXQ..

El aplicativo para dispositivos móviles fue desarrollado por esta universidad para que los estudiantes de los siete (7) pregrados que la integran, puedan tener en su celular los canales de comunicación de esta institución. La App puede descargarse de manera gratuita desde Google Play, en móviles con sistema operativo Android 2.2 o superior.

Esta aplicación se actualiza cada hora mostrando las últimas novedades y comunicados emitidos por la universidad en Facebook y Twitter. Además notifica de las actualizaciones realizadas a la página web, y los mensajes del Papa Francisco I en su cuenta @Pontifex de Twitter. Aunque ha tenido pocas descargas, los comentarios de quienes ya lo tienen son positivos.

4.2.4 Universidad Argentina de la Empresa: Webcampus y UADE Mapas.

Esta universidad cuenta con dos aplicativos. El primero es Webcampus con el que los estudiantes de las cinco (5) facultades de la universidad, pueden consultar información de los cursos a los que están inscritos, horario, aulas, fechas de exámenes y notas. También reciben notificaciones de los contenidos de Webcampus sin necesidad de tener abierta la aplicación. Con un promedio de 1.000 a 5.000 descargas en Play Store, esta App ha tenido buenos comentarios por su practicidad y la rapidez en las notificaciones.

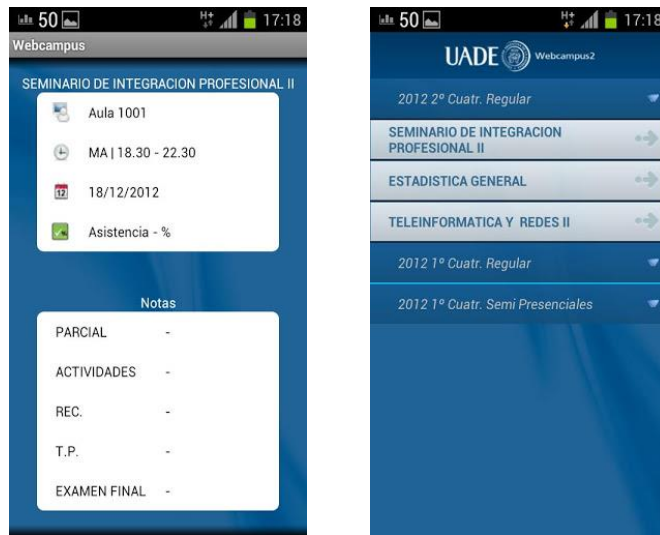


Figura No. 19. Interfaz aplicativo Webcampus. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=ar.edu.uade.webcampus.activities&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImFyLmVkdS51YWRIIndlYmNhbXB1cy5hY3Rpdml0aWVzIl0.

La segunda aplicación es UADE Maps, que permite encontrar ubicaciones, permisos y personas dentro de la sede. Esta aplicación ha tenido variados de quienes la califican como “una excelente idea” y otros a los que les parece “una vergüenza”.



Figura No. 20. Interfaz aplicativo UADE Maps. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=ar.edu.uade&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImFyLmVkdS51YWRIIl0.

4.2.5 Universidad de Mendoza



Figura No. 21. Interfaz aplicativo Universidad de Mendoza. Imagen tomada desde el navegador del dispositivo móvil 28 de mayo de 2013 de <http://m.um.edu.ar>

El aplicativo de esta universidad fue propuesto por Marcos Sebastián Arce, estudiante de la Facultad de Ingeniería Informática, como su trabajo de grado, al que tituló “Desarrollo e implementación de una API RESTful aplicada a un Sistema Académico Universitario”, en el que contemplan dos partes para el acercamiento a los estudiantes de las 22 facultades de la universidad. El primer paso es la aplicación de un Servicio Web RESTful, con el que el estudiante puede:

- “• Inscribirse a una mesa de examen.
- Borrarse de una mesa de examen.
- Obtener el estado de inscripción a una mesa de examen.
- Consultar su estado académico.
- Consultar y actualizar sus datos personales.
- Consultar la documentación presentada en secretaría.
- Obtener el horario de consulta para cada asignatura.
- Obtener el horario y fecha de una mesa de examen.
- Obtener las materias correlativas a una especificada.
- Obtener un listado de alumnos inscriptos a una mesa de examen”¹⁰

¹⁰ MENDOZA: La UM es pionera en poner a disposición de los alumnos servicios mobile.
<http://www.um.edu.ar/es/noticias/2-fi/2316-mendoza-la-um-es-pionera-en-poner-a-disposicion-de-los-alumnos-servicios-mobile.html>

La segunda parte corresponde a una aplicación para dispositivos móviles con el que el usuario podrá acceder a todo lo anteriormente mencionado. Pocos meses después de la presentación del proyecto, éste se hizo realidad y fue probado por algunos estudiantes de la universidad.

4.3 Brasil

4.3.1 Universidad Cruzeiro do Sul:



Figura No.22. Interfaz aplicativo Universidade Cruzeiro do Sul. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ucs.univcruzeirodosul&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS51Y3MudW5pdmNydXplaXJvZG9zdWwiXQ..

El aplicativo de esa universidad permite a los estudiantes obtener información de la universidad, navegar por los mapas de los campus universitarios, ver los cursos de pregrado y posgrado, ver los datos de contacto de los directivos y docentes, y enviarles correos electrónicos desde el App. Esta aplicación, disponible en portugués, inglés y español beneficia a los estudiantes de las 49 carreras de pregrado que ofrece la universidad, y ha sido acogida de la mejor manera pues, el registro de Google Play muestra que está entre las 1.000 y 5.000 instalaciones, con una calificación promedio de 4.4, aunque aún no hay comentarios que indiquen dudas o sugerencias por parte de los usuarios.

4.4 Chile

4.4.1 Universidad del Desarrollo: UDD Móvil



Figura No.23. Interfaz aplicativo UDD Móvil. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.patagonialabs.uddapp&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEslmNvbS5wYXRhZ29uaWFsYWJzLnVkZGFwcCJd

En abril de 2013 esta universidad lanza su primera versión del aplicativo para dispositivos móviles con sistema operativo IOS y Android, llamado UDD Móvil, desarrollado por el Smartlab UDD de esta universidad, con el que los estudiantes de los 44 pregrados de las dos sedes, obtienen información del campus de Santiago de Chile. Los módulos o categorías a los que se pueden acceder son:



Historia e información de la Universidad.



Información de las facultades, teléfonos y correo de contacto de los servicios estudiantiles y las distintas carreras.



NOTICIAS



VIDEOS

GALERÍA DE
FOTOS

Información, videos y fotos de los eventos y actividades

realizados en la universidad.



TWITTER

Conexión directa a las redes sociales de la Universidad.



ALMUERZO

Muestra el menú completo del almuerzo de la semana en los casinos o cafeterías de las sedes.



EVENTOS

Programación de las actividades a realizarse en la universidad, con posibilidad de agregar o combinar con la agenda personal del estudiante.

UDD EN
CIFRAS

Datos y estadísticas de la gestión universitaria.

CONVENIOS Y
DESCUENTOS

Información de los convenios y descuentos a los que tienen derecho los estudiantes.



BUSES

Muestra los horarios y rutas de buses a la sede de Santiago.



Calculadora ponderación para las notas.

Figura No.24. Iconos y funcionalidades del aplicativo UDD Móvil. Imágenes tomadas el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.patagonialabs.uddapp&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5wYXRhZ29uaWFsYWJzLnVkZGFwcCJd

Aunque la información de la universidad es completa, no tiene disponible una función social y de conexión entre los estudiantes. Esta interacción se realizará por medio de UDD TV, una “plataforma social que permitirá seguir listas (canales) de videos de diferentes usuarios de la UDD como de la sociedad. Además podrás seguir el canal de un profesor y ver sus referencias o influencias, seguir a importantes organizaciones como *The Economist* u otras universidades en el extranjero. Todas las carreras de la UDD tendrán sus contenidos audiovisuales a través de este nuevo sistema.¹¹ Este proyecto, también realizado por Smartlab UDD, se encuentra en su etapa de desarrollo. La versión del aplicativo, que fue actualizada en abril de este año, ha sido tiene un promedio de 1.000 a 5.000 instalaciones, con comentarios positivos y sugerencias de sus usuarios, como las siguientes encontradas en Google Play:



Figura No. 25. Comentarios de los usuarios del aplicativo UDD Móvil. Imagen tomada el 12 de junio de <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.patagonialabs.uddapp&reviewId=Z3A6QU9xcFRPRi1YT05GS3Ztblc0bUNVZfhtVWdzMGVDTloyZHBfUGQ0enBWb1EwbklxenhrNmtweHFLUzZ2S085WVRXY2RTbExYd3V0VjlpbjlNc1pzQ2RN>

¹¹ Información tomada de <http://smartlab.udd.cl/gestion-de-desarrollo/>

4.4.2 Universidad Mayor: InfoUMayor



Figura No.26. Interfaz del aplicativo InfoUMayor. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=infoumayor.webdigitalchile.com&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImluZm91bWF5b3lud2ViZGlnaXRhbGNoaWxILmNvbSJd

Esta institución tiene una aplicación básica llamada InfoUMayor, para entregarles mensajes de información general, institucional y de la vida en la universidad a los estudiantes de los 35 pregrados, como “fechas relevantes del calendario académico, orientación respecto a procesos de inscripción de asignaturas, calendarización de actividades extraprogramáticas y otras de utilidad general”¹² El aplicativo inicialmente tuvo gran acogida por los alumnos, con comentarios positivos que resaltaban la validez y utilidad de la idea; pero en el último mes estos comentarios cambiaron, y ahora indican que el App no está actualizado y presenta algunos problemas para su instalación o funcionamiento.

¹² Información tomada el 28 de mayo de 2013 de http://www.diariomayor.cl/v2/index.php?option=com_content&view=article&id=2219

4.4.3 Universidad Católica de Temuco: UC Temuco.

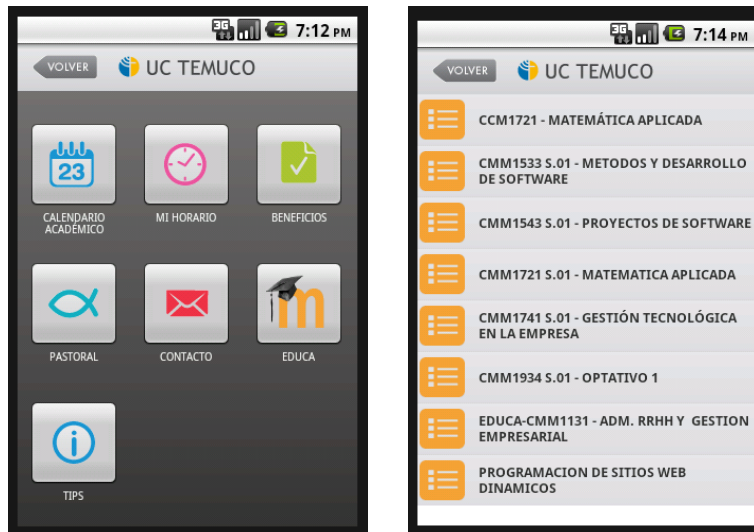


Figura No.27. Interfaz del aplicativo UC Temuco. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=uct.inf.common&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsInVjdC5pbmYuY29tbW9uIl0.

Esta institución creó la aplicación UCTemuco 2.0, dirigida a dos públicos: jóvenes que quieren ingresar a la universidad, y quienes ya estudian allí. Las funciones de esta App ofrece a los más de 9.000 estudiantes de la institución, son:



Agenda con los principales eventos de la universidad.



Horario de clases personal para agendar las tareas y fechas de entrega.



Descuentos, beneficios y becas para los estudiantes.



Enlace a pastoral universitaria.



Enviar correos a compañeros.



Enlace a la plataforma Educa, para descargar leer o descansar material de estudio subido por los docentes de los cursos.

Figura No.28. Íconos y funcionalidades del aplicativo UC Temuco. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=uct.inf.common&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsInVjdC5pbmYuY29tbW9uIl0.

Las apreciaciones y comentarios de los usuarios han sido buenas, quienes destacan la utilidad de la conexión con Educa, y facilidad que ofrece el aplicativo para el seguimiento de las clases. También se interesan en aportar opiniones y sugerencias que ayuden a mejorar las versiones posteriores del App. Es de resaltar que las todas las dudas expresadas por los usuarios son resueltas con prontitud por la universidad.

4.4.4 Universidad Diego Portales: UDP y Consultor PSU

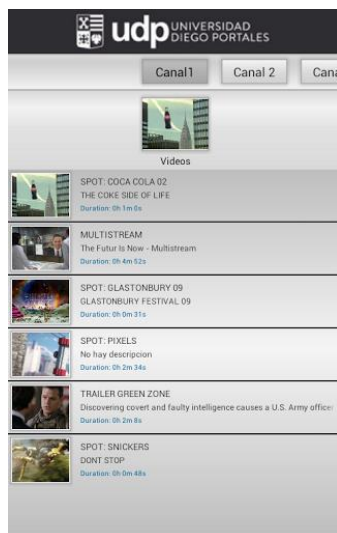


Figura No.29. Interfaz del aplicativo UDP. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.guiudp&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5ndWI1ZHAiXQ.

Este aplicativo es básico y tiene como objetivo que los estudiantes puedan descargar el contenido multimedia de las actividades académicas que realiza la institución a lo largo del año. No permite interactuar ni conectarse con compañeros u profesores, ni ofrece información de interés de la universidad, además es reciente - mayo de 2013 - por lo que las descargas han sido menos de 10, y aún no hay comentarios o sugerencias por parte de los usuarios.

La Universidad Diego Portales también cuenta desde enero de 2011 con otro aplicativo para dispositivos móviles, llamado Consultor PSU, que beneficia a quienes quieren ingresar a esta universidad, pues les permite consultar el puntaje de la prueba de admisión.



Figura No.30. Interfaz del aplicativo Consultor PSU. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.consultor2.android&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5jb25zdWx0b3lyLmFuZHZJvaWQixQ..

La apuesta en comunicación de esta institución no está en las aplicaciones para dispositivos móviles, sino en la versión móvil de la página web, en la que los estudiantes y docentes pueden encontrar toda la información institucional que necesiten. Esta versión está actualizada para Iphone, Smartphone y Blackberry y puede consultarse en el enlace <http://mobile.udp.cl>

4.4.5 Universidad de Talca



Figura No.31. Interfaz del aplicativo Noticias UTalca. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.utralcaLabs.news&feature=search_result#?t=W251bGw sMSwxLDEsImNvbS51dGFsY2FMYWJzLm5ld3MiXQ..

En enero de 2013 la Universidad de Talca dio a conocer su aplicativo Noticias Utalca, desarrollado por estudiantes y profesores de la facultad de Ingeniería Civil en Comunicación, con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones de la Casa de Estudio de esta institución. La App, que inicialmente está disponible solo para Android, tiene como objetivo facilitar el acceso de los estudiantes, docentes, directivas y comunidad en general, a las noticias que genera la Sala de Prensa del sitio web de la Universidad, porque si bien este sitio es completo en información y diseño, no es pensado para pantallas de dispositivos móviles, por lo que, aprovechando que el 42% de la comunidad universitaria tiene Android¹³, se realizó un diseño más simple y minimalista que se acomoda al tamaño de todas las pantallas.

Este aplicativo es el primero realizado por UTALCA Labs, un proyecto que pretende integrar ciencia, tecnología y sociedad. Entre los proyectos actualmente en desarrollo hay un sistema de georeferenciación de los campus, agenda cultural, información académica y un canal Campus TV.

Aunque a la fecha las descargas han sido menos de 500, los comentarios de los usuarios han sido positivos en cuanto al diseño del aplicativo, el contraste de la fuente con el fondo que facilita la lectura, y la opción de compartir las notas en las redes sociales.

¹³ Dato consultado el 13 de junio de 2013 de http://www.utralca.cl/link.cgi//SalaPrensa/Facultad_Ingenieria/5660

4.5 Colombia

4.5.1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD: Boletín Virtual Unadista.

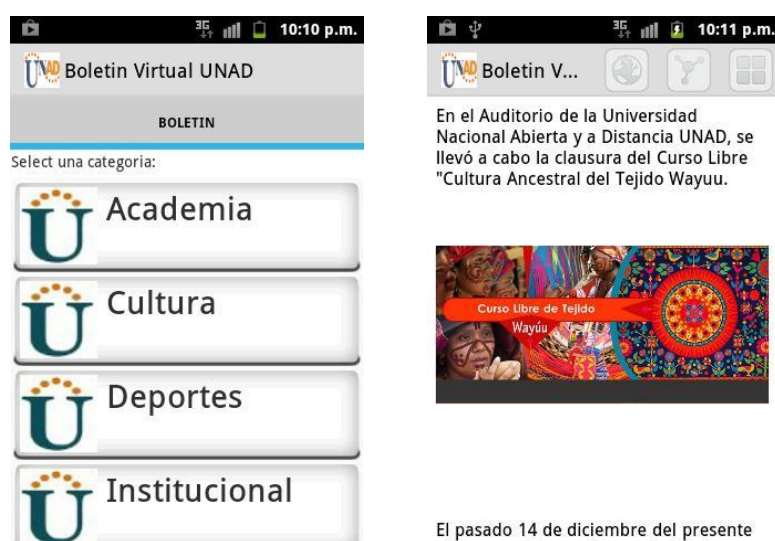


Figura No.32. Interfaz del aplicativo Boletín virtual UNAD. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.patispawn.boletinvirtual&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEslmNvbS5wYXRpc3Bhd24uYm9sZXRpbnZpcnR1YWwiXQ..

El aplicativo de esta universidad está disponible para descargar gratuitamente desde Play store, y es de funcionalidad básica, pues consiste en presentar el Boletín Virtual Unadista en una versión para dispositivos móviles, sin permitir interacción alguna entre usuarios. El público beneficiado con el app es el total de la comunidad estudiantil, quienes, por la naturaleza virtual de la universidad, no

tienen una sede presencial para conocer las noticias y avances de la institución. Los comentarios han sido positivos, pero pocos, que no aportan sugerencias para la mejora del aplicativo.

4.5.2 Universidad Sergio Arboleda:

Esta universidad no tiene un aplicativo como tal, sino un soporte web, llamado Sinfa Móvil, que permite ingresar desde los dispositivos móviles a la página de la Universidad y a ciertos servicios específicos, como notas, horarios y deudas.

4.5.3 Otras experiencias:

Las universidades Eafit, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad de Nariño y Universidad Piloto tienen conexiones similares para el acceso de sus alumnos y docentes.

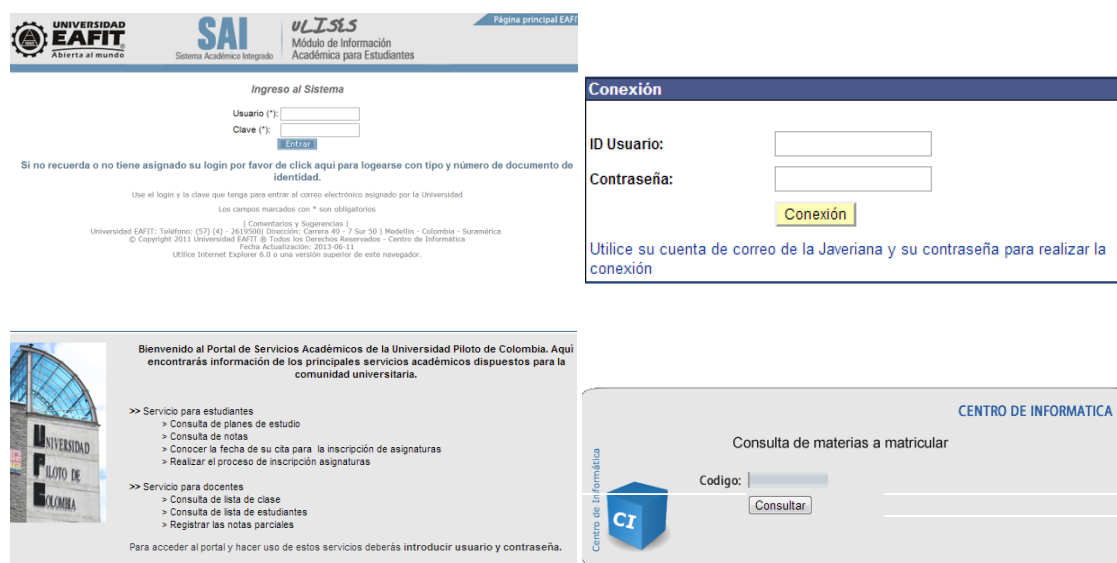


Figura No. 33. Portales de acceso virtual de las Universidades Eafit, Pontificia Universidad Javeriana, Piloto de Colombia y de Nariño. Imágenes tomadas el 12 de junio de 2013 de <http://webapps.eafit.edu.co/ulises/>, http://portal2.javeriana.edu.co/psp/eppro/EMPLOYEE/EMPL/h/?tab=PAPP_GUEST&languageCd=ESP, <http://zeus.unipiloto.edu.co:7778/portal/page/portal/uxxiportal/inicio> y <http://akademica.udenar.edu.co/comites/repasmatri1.php>.

La universidad Eafit implementó un software para dispositivos móviles con acceso a Internet y soporte para tecnología Java 2 ME, que consiste en una aplicación móvil llamada Ulises, con la que digitando el correo institucional y una contraseña, permite a los estudiantes ingresar a los horarios, notas e historia académica, entre otros servicios.

La Pontificia Universidad Javeriana permite el acceso de docentes y estudiantes al Sistema de Información Universitaria, SIU, por medio de un ID de usuario y una contraseña. Esta plataforma es la misma para web y para dispositivos móviles, y funciona de la misma que el Portal de Servicios Académicos de la Universidad Pública Piloto. El ingreso a los servicios web de la Universidad de Nariño es para los alumnos y directivos por medio de un código único de acceso.

4.6 COSTA RICA

4.6.1 Universidad Fidélitas: U Fidélitas



Figura No.34. Interfaz del aplicativo U Fidélitas. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.app_ufidelitas.layout&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5hcHBfdWZpZGVsaXRhcy5sYXlvdXQiXQ..

La información encontrada sobre el aplicativo uFidélitas es poca. En la página de la universidad no hay un link o nota que haga referencia, por lo que sólo se tiene la información de Google Play, de donde se puede descargar. Allí se indica que con el aplicativo el estudiante obtiene información general de la universidad, sus carreras, accede al campus virtual, noticias, videos, eventos y fotos de

las actividades de la universidad, compartir opiniones e imágenes con demás estudiantes, y horarios de los cursos.

4.6.2 Universidad para la Cooperación Internacional: UCI

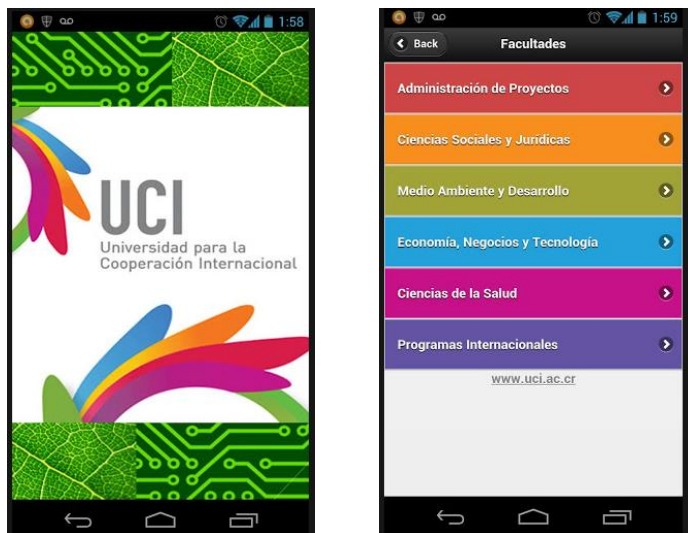


Figura No.35. Interfaz del aplicativo UCI. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.duit.apps.uci&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5kdWl0LmFwcHMudWNpIl0..

Primera universidad en el país en lanzar un aplicativo para dispositivos móviles. Disponible desde septiembre de 2012, funciona en sistemas operativos Android e IOS, y “ofrece información acerca de la universidad y cada una de las facultades, acceso al campus virtual de los estudiantes, opciones de pago en línea, un enlace al canal de televisión en YouTube y mapas de ubicación de las distintas sedes”¹⁴. De los 29 programas que ofrece esta Universidad 28 son de posgrado, y en ellos integran herramientas de enseñanza – aprendizajes virtuales, V Learning; sistemas mixtos, B Learning; y otros 100 % virtuales; por lo que el aplicativo es un complemento a la implementación de las Tic en la educación.

Con casi 500 descargas desde Google Play, la valoración de este aplicativo ha sido positiva por sus usuarios, con comentarios como los siguientes:

¹⁴ Información tomada el 12 de junio de <http://www.uci.ac.cr/es/noticias/programaagap>



Figura No. 36. Comentarios de los usuarios del aplicativo UCI. Imagen tomada el 12 de junio de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.duit.apps.uci&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5kdWI0LmFwcHMudWNpIl0.

4.7 ECUADOR

4.7.1 Universidad del Azuay: UDA

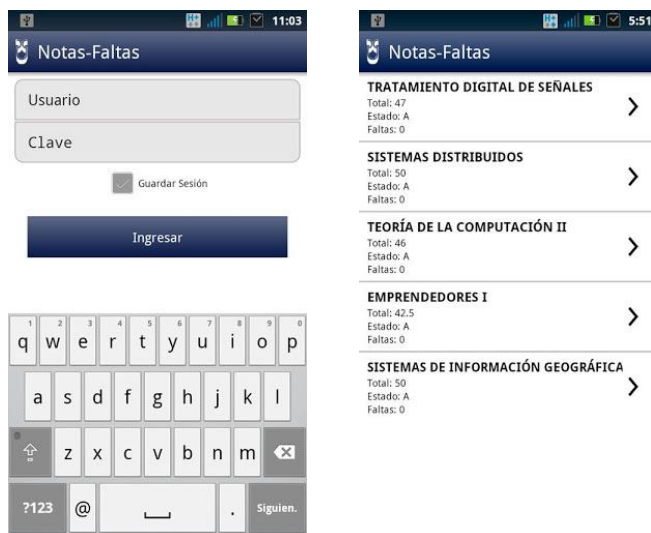


Figura No.37. Interfaz del aplicativo UDA. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.almendra.uda&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5hbG1lbnRyYS51ZGEiXQ.

La aplicación de la Universidad de Azuay, UDA, para dispositivos móviles con sistemas iOS, Android y Blackberry, está disponible desde diciembre de 2012 para que los estudiantes de los 32

pregrados y 12 posgrados se comuniquen fácilmente con la universidad. Las funciones de este aplicativo son: consulta de notas y faltas, mapa del campus de la UDA, directorio telefónico, noticias, eventos, páginas de Facebook, Twitter, Radio UDA y acceso al correo y sitio web de la universidad.

A la fecha tiene casi mil descargas desde Google Store, con comentarios de felicitación o sugerencias para la mejora de la App, como el rendimiento en las tablets, que no es el adecuado y en algunas se cierra.

4.8 MÉXICO

4.8.1 Universidad Tecmilenio: TecMilenio



Figura No.38. Interfaz del aplicativo TecMilenio. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=roger.mamba.tecmilenio&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsInJvZ2VyLm1hbWJhLnRlY21pbGVuaW8iXQ..

Tiene un aplicativo del mismo nombre, que, en teoría permite acceso directo a noticias, eventos, convocatorias y demás información de las actividades del campus; conexión a las redes sociales y la revista Mi Mundo en el dispositivo móvil. Sin embargo la aplicación parece estar aún en desarrollo, pues los comentarios de los estudiantes que lo han descargado no son positivos y evidencian las falencias que se tienen con lo prometido, especialmente para las sedes auxiliares de la Universidad.

La idea del aplicativo será muy útil cuando se desarrolle por completo, pues integrará a los estudiantes con los diferentes servicios de la universidad, facilitando la comunicación entre usuarios y con la institución, pues la oferta educativa es muy amplia al incluir preparatoria, pregrados, maestrías, formación continua y programas virtuales.

4.8.2 Universidad Internacional: SEL Móvil

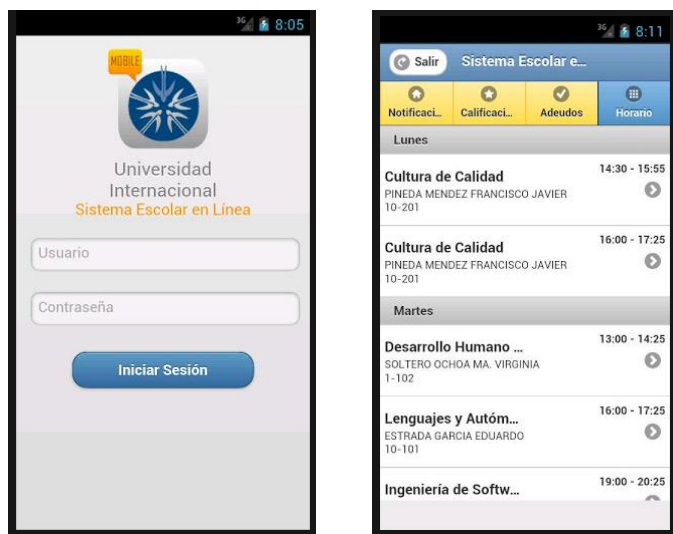


Figura No.39. Interfaz del aplicativo SEL Móvil. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=sel.uninter.mobile&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsInNlbC51bmludGVyLm1vYmlsZSJd

Cuenta con el aplicativo llamado SEL Móvil, disponible para Smartphone con sistema operativo Android. Con esta App, dirigida a los estudiantes de todos los niveles de la institución (secundaria, bachillerato, pregrado, posgrado, escuela de verano y estudiantes de español), se pueden hacer consultas de calificaciones, recibir notificaciones y ver los horarios de clases, utilizando conexión 3G o Wifi.

La calificación que los usuarios le dan al aplicativo es neutral, pues si bien felicitan a la universidad por la iniciativa y las funciones que trae el App, realizan críticas sobre el diseño y la falta de funciones más avanzadas y también útiles para los estudiantes.

4.8.3 Universidad Autónoma metropolitana: UAM

UAM es una aplicación en construcción que beneficiará a los estudiantes de los cinco (5) pregrados, 16 Especializaciones, 14 Maestrías y 12 Doctorados que ofrece la universidad. Esta versión permite ver los horarios, calificaciones y promedio de los estudiantes, el calendario académico y acceder a información general de la universidad. En desarrollo están funciones como un boletín de noticias, información de los pregrados y posgrados, radio UAM, entre otras.



Figura No.40. Interfaz del aplicativo UAM. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=uam.universidad.autonoma.metropolitana&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsInVhbS51bml2ZXJzaWRhZC5hdXRvbm9tYS5tZXRYb3BvbGl0YW5hIlQ.

Las descargas en Play Store están en el rango de 500 a 1000 y cuenta con comentarios positivos, como la facilidad de navegación; y en pro de mejorar el aplicativo, como la posibilidad de pasarlo a la tarjeta micro SD del dispositivo móvil.

4.8.4 Universidad Iberoamericana: Ibero móvil.



Figura No.41. Interfaz del aplicativo Ibero Móvil. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ibero&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsInVhbS51bml2ZXJzaWRhZC5hdXRvbm9tYS5tZXRYb3BvbGl0YW5hIlQ.

Ibero Móvil es la aplicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, desarrollada en el segundo semestre de 2012, para que los estudiantes de pre y posgrado puedan acceder a varios

servicios de la universidad, como la información académica, materias inscritas, estados de cuenta, deudas y realizar la reinscripción de tus materias.

Con un balance de 1000 a 5000 descargas el aplicativo no ha tenido buena aceptación. Los usuarios comentan de manera negativa principalmente por los problemas de acceso que presenta.

4.8.5 Universidad Autónoma de Chihuahua: Uach móvil.

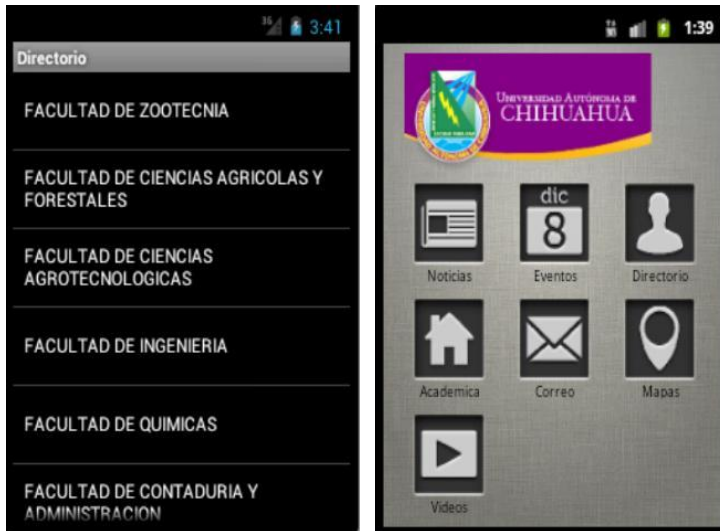


Figura No.42. Interfaz del aplicativo UACH Móvil. Imagen tomada el 29 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=mx.uach.movil&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsIm14LnVhY2gubW92aWwiXQ..

Este aplicativo funciona con conexión a internet, y en ella los estudiantes encuentran información de la universidad, noticias, eventos, directorio, información académica, mapas de las facultades e ingreso al correo institucional. Las descargas del App han sido pocas y los comentarios no reflejan todavía si hay aceptación o rechazo por parte de la comunidad universitaria.

Para que los estudiantes conozcan la aplicación, en el canal de Youtube CGTI UACH, se publicaron dos videos mostrando sus funciones.

4.8.6 Universidad Autónoma de México: Cultura UNAM



Figura No.43. Interfaz del aplicativo Cultura UNAM. Imagen tomada el 29 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=PAQUETE.culturaUNAM&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwXLDSElBBUUVFVEUuY3VsdHVyYVVOQU0iXQ..

Con Cultura UNAM los estudiantes de pregrado tienen la posibilidad de estar conectados a las actividades de la universidad, como Teatro, danza, música, literatura, cine, artes visuales, radio y televisión, de los que tienen información completa de cartelera y horarios. La comunidad académica ha aceptado muy bien el aplicativo, por la calidad, oportunidad y variedad de la información, como se muestra a continuación.



Figura No.44. Comentarios de los usuarios del aplicativo Cultura UNAM. Imagen tomada el 29 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=PAQUETE.culturaUNAM&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsIlBBUVVFVEUuY3VsdHVyYVVOQU0iXQ..

4.9 Perú

4.9.1 Universidad de San Martín de Porres: USMP Mobile

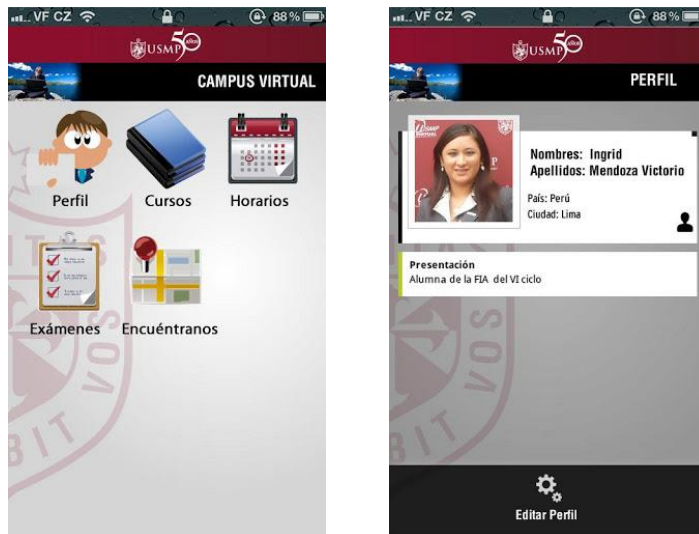


Figura No.45. Interfaz del aplicativo USMP Mobile. Imagen tomada el 29 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.usmpvirtual.uva&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImVkdS51c21wdmlydHVhbC51dmEiXQ..

USMP Mobile fue presentado por la universidad en junio de 2012 para que los más de 30.000 alumnos que conforman las 18 carreras de pregrado y los 12 posgrados que ofrece la universidad, tuvieran acceso fácil a los servicios de la U y al campus virtual. Está disponible para descarga gratuita en Play Store y cuenta con las siguientes funciones:



Novedades: información de todas las actividades de la universidad.



Carreras: información de las carreras universitarias ofrecidas.



Posgrado: lista completa y detallada de los posgrados de la universidad.



Centro Pre: toda la información de los requerimientos necesarios para postularse a la universidad.



Admisión: requisitos para el proceso de admisión.



Campus Virtual: accede al campus virtual para actualizar el perfil y consultar las materias, horarios y exámenes.



Encuéntranos: permite ubicar las facultades, sedes y oficinas por medio de geolocalización y realidad aumentada.

Imagen No.46. Íconos y funcionalidades del aplicativo USMP Mobile. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de

https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.usmpvirtual.uva&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxdEslmVkdS51c21wdmlydHVhbc51dmEiXQ..

Con un registro en Play Store de 5.000 a 10.000 descargas, la buena aceptación de los usuarios se refleja en los buenos comentarios que dejan en la página, en los que destacan la realidad aumentada, agilidad en la navegación y la posibilidad de pasarla a Micro SD. También se realizan sugerencias para las futuras actualizaciones del aplicativo.

4.9.2 Universidad San Ignacio de Loyola: INFOSIL

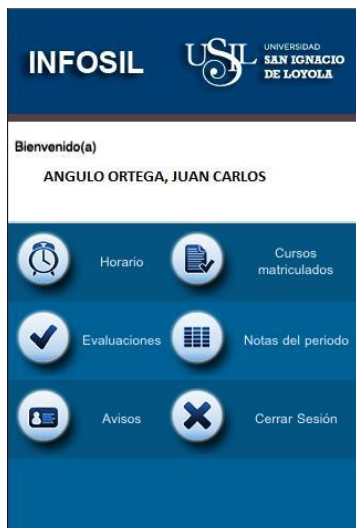


Figura No.47. Interfaz del aplicativo INFOSIL. Imagen tomada el 30 de mayo de 2013 de

<https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.usil.infosil#?t=W251bGwsMSwxLDIxMiwiZWVzaWwuaW5mb3NpbCJd>

Infosil es el aplicativo para dispositivos móviles, desarrollado para que los estudiantes y docentes de los 28 pregrados que ofrece esta universidad, estén al tanto de su información académica. Los estudiantes pueden mirar su horario de clases, materias inscritas, qué evaluaciones tiene programadas en las siguientes dos semanas, el detalle de notas de cada asignatura, y ver los avisos de interés publicados por los docentes. Por su parte los docentes pueden acceder a la lista de materias que van a dictar en el semestre, con sus respectivos horarios, y en la parte de avisos, ver las publicaciones para los docentes, y las publicadas por ellos para sus alumnos.

Con más de 1.000 descargas registradas en Play Store, este aplicativo tiene comentarios divididos por parte de sus usuarios. Para unos es una App útil, de fácil acceso al horario y notas; para otros existen problemas con el ingreso de la clave, y el funcionamiento. El punto de coincidencia entre los usuarios está en que le faltan más funcionalidades, como la cancelación de cursos y el enlace al Aula Virtual de la universidad.

4.9.3 Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. UPC Móvil.

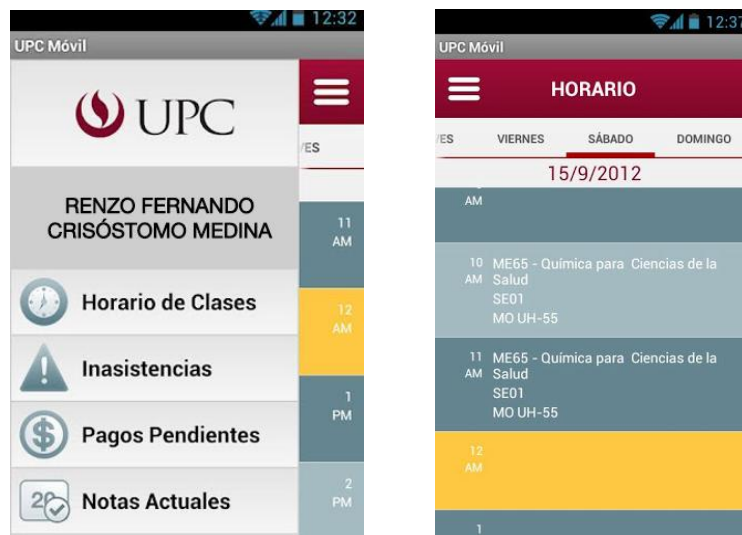


Figura No.48. Interfaz del aplicativo UPC Móvil. Imagen tomada el 30 de mayo de 2013 de

<https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.usil.infosil#?t=W251bGwsMSwxLDIxMiwiZWVzaWwuaW5mb3NpbCJd>

La UPC lanza este aplicativo a finales de 2012, desarrollado por estudiantes de la Facultad de Ingeniería, que funciona en las cuatro (4) principales plataformas: Android, IOS, Blackberry y Windows Phone. Con UPC Móvil los estudiantes de las 39 carreras de la universidad pueden

conocer información de la universidad como noticias, eventos y convenios. También pueden consultar las notas, horarios, inasistencias y pagos pendientes. Es una aplicación que pasa las 10.000 descargas en Play Store, y que la comunidad académica acepta con comentarios positivos sobre su utilidad, rapidez y facilidad de acceso.

4.9.4 Pontificia Universidad Católica del Perú

Esta universidad dispone de tres aplicaciones móviles para la comunidad universitaria, dos de las cuales se fundamentan en la realidad aumentada para ubicar a los usuarios en el campus.

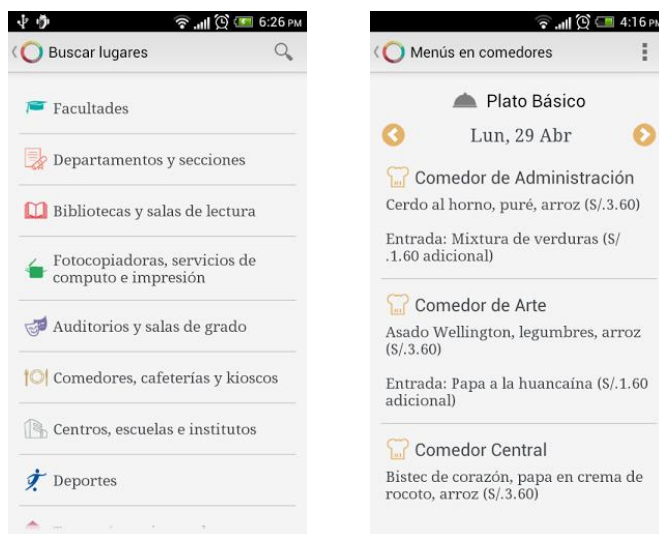


Figura No. 49. Interfaz del aplicativo Descubre PUCP. Imagen tomada el 28 de mayo de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.descubrepucp&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEslmNvbS5kZXNjdWJyZXB1Y3AiXQ..

La primera de ellas es Descubre PUCP en la que los estudiantes y visitantes encuentran información relevante sobre lugares y eventos realizados en el campus, ingresan al mapa completo de la universidad, y tienen información administrativa como horarios de atención, teléfonos de contacto y correo electrónico de la persona encargada, agenda de eventos destacados y programación semanal del menú en las cafeterías.

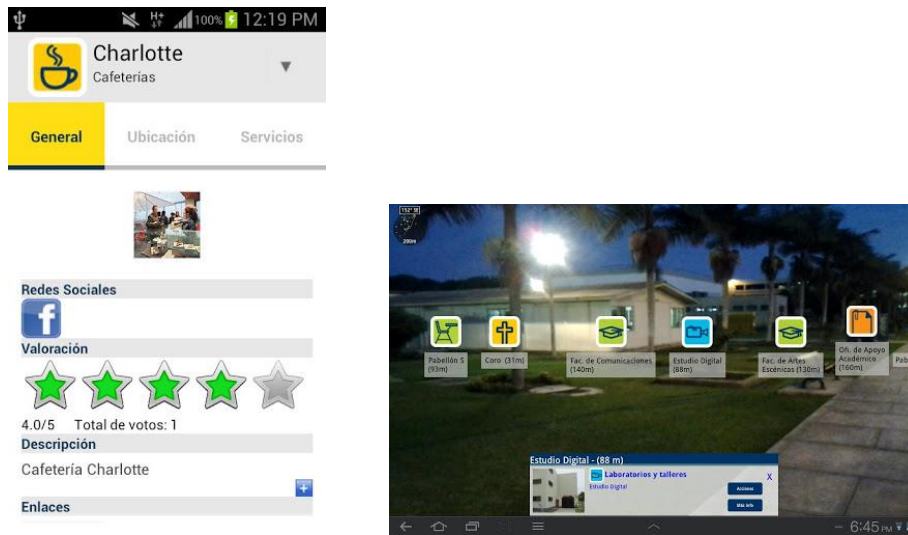


Figura No. 50. Interfaz del aplicativo UbicAR PUCP. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=org.grupoavatar.guiaubicua&feature=search_result

La segunda es UbicAR PUCP, funciona de la misma manera con geolocalización y realidad aumentada, y cuenta con 262 puntos mapeados en la aplicación. A las funciones de Descubre PUCP, esta app añade la posibilidad de compartir la ubicación del usuario, compartir información sobre un punto referenciado, valorar los servicios brindados por alguna localización, hacer comentarios en redes sociales y conocer la distancia a la que el usuario se encuentra de un punto específico.

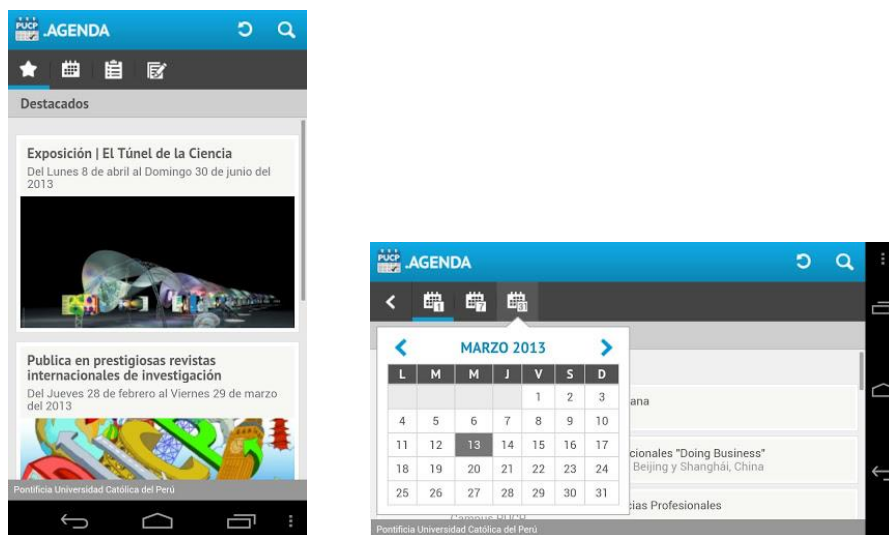


Figura No. 51. Interfaz del aplicativo Agenda PUCP. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pucp.agenda&feature=search_result

La tercera aplicación es la Agenda PUCP, que está sincronizada con la plataforma web de la universidad y se actualiza diariamente. Como su nombre lo indica, consiste en una agenda en la que están programadas todas las actividades de la universidad como cursos, talleres, diplomados,

eventos culturales, becas, trámites, charlas y demás eventos dirigidos a los estudiantes, docentes, egresados y público en general. Además de la información detallada como fecha, hora y lugar, los usuarios pueden inscribirse en los eventos, añadirlos a su Google Calendar, y compartirlos con sus amigos.

4.9.5 Universidad del Pacífico: UP Site.



Figura No. 52. Interfaz del aplicativo UP Site. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.up.app&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS51cC5hCHAiXQ..

El aplicativo de esta institución está dirigido a los estudiantes de básica secundaria, que están próximos a salir a la universidad, y deben elegir la institución de educación superior para continuar sus estudios. Con UP Site los jóvenes se enteran de los eventos y charlas informativas que realiza la universidad, y encuentran información sobre las carreras, alumnos, profesores y egresados de la universidad. Aunque ha tenido pocas descargas los comentarios de los usuarios son positivos.

4.10 PANAMÁ

4.10.1 Universidad Autónoma de Chiriquí: UNACHI Mobile

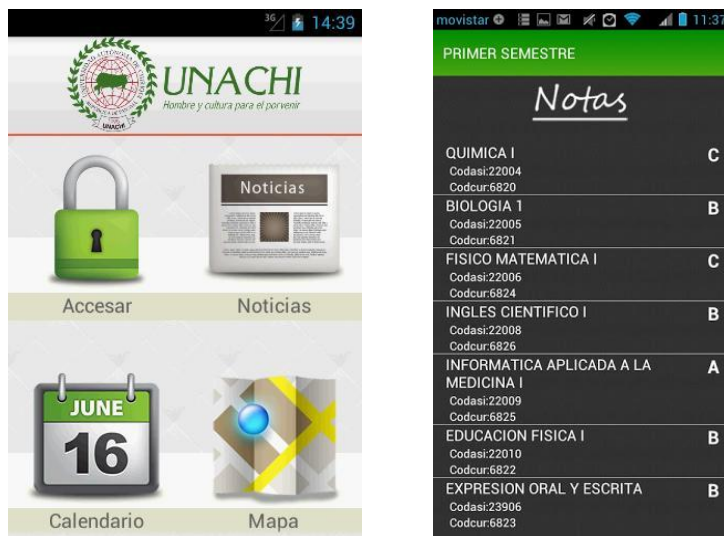


Figura No. 53. Interfaz del aplicativo UNACHI Mobile. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.unachi&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLD&EslmNvbS51bmFjaGkiXQ..

UNACHI Mobile permite a los estudiantes de las 60 carreras técnicas y profesionales, y de los 38 posgrados, desde su dispositivo Android, acceder a la información de la universidad, calendario académico, calificaciones, horario de clases, e historial financiero. A la fecha los comentarios han sido pocos pero positivos.

4.11 REPÚBLICA DOMINICANA

4.11.1 Universidad APEC: UNAPEC Virtual

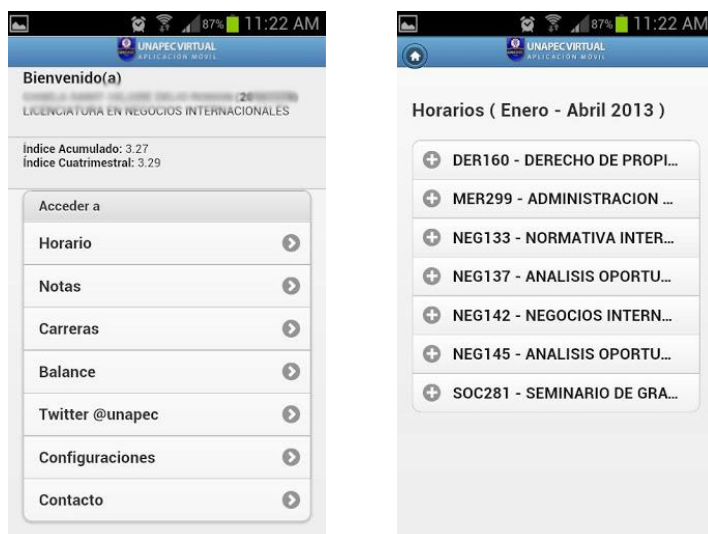


Figura No. 54. Interfaz del aplicativo UNAPEC Virtual. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.unapec.unapecvirtualestudiantes&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS51bmFwZWZWMudW5hcGVjdmlldHVhbGVzdHVkaWFudGVzIl0.

Desde aplicativo los estudiantes de los 20 pregrados y 19 posgrados, pueden acceder a su información académica, como calificaciones y horario de clase. También encuentran una sección con la actividad de la universidad en Twitter, y el balance de cuenta (financiero) de cada usuario. Los comentarios han sido positivos y en pro de mejorar el aplicativo en futuras actualizaciones, con una petición reiterada de integrar en éste el Entorno Virtual de Aprendizaje, EVA.

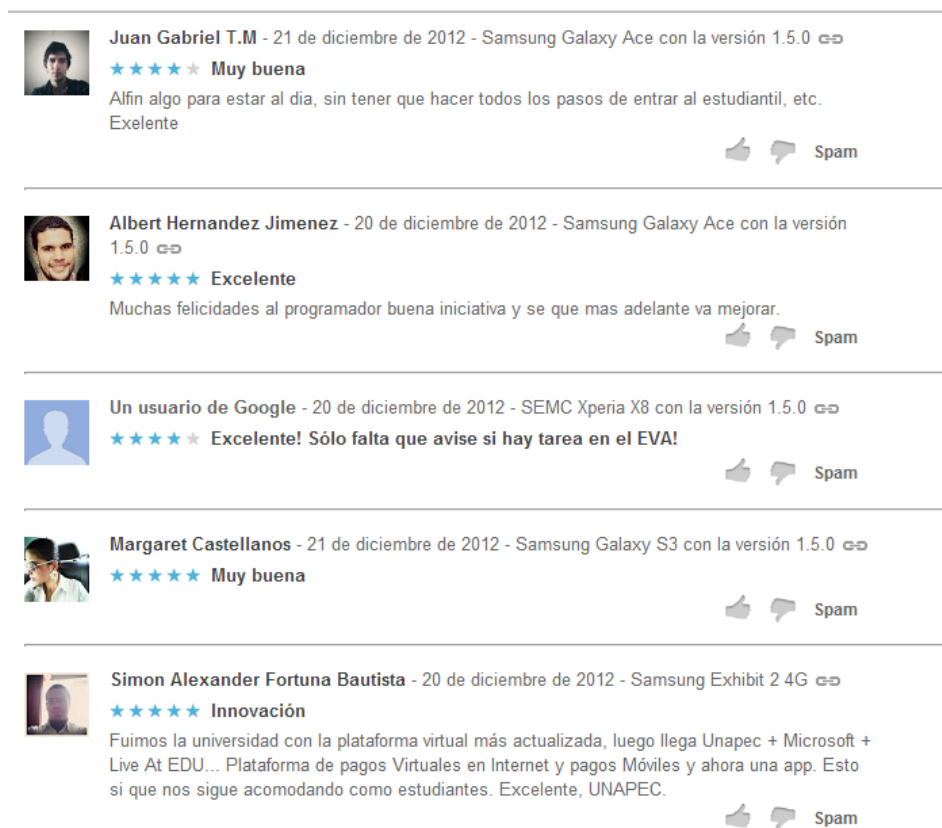


Figura No.55. Comentarios de los usuarios del aplicativo UNAPEC Virtual. Imagen tomada el 10 de junio de 2013 de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.unapec.unapecvirtualestudiantes&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS51bmFwZWZWMudW5hcGVjdmlldHVhbGVzdHVkaWFudGVzIl0.

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.

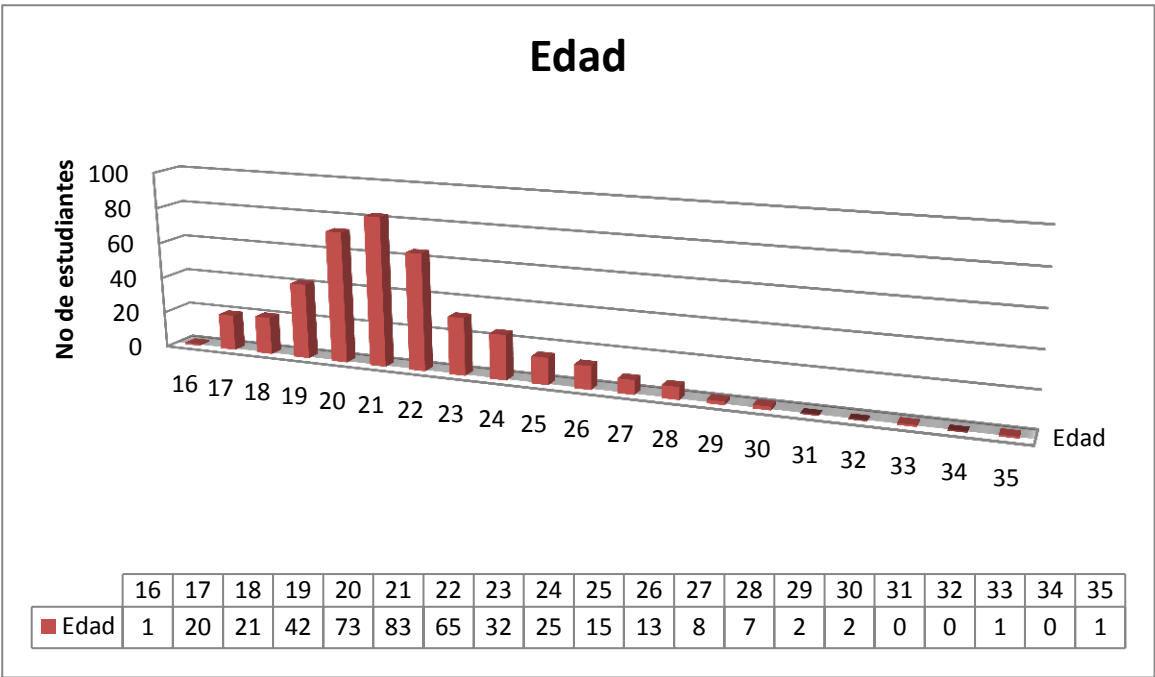
País	Universidad - Aplicativo	Usos	Aplicaciones	Interacciones
Argentina	Universidad de San Isidro	Informativo, comunicativo, relacional.	Integra al celular los canales de comunicación de la universidad, redes.	Redes sociales.
Argentina	Universidad Argentina de la Empresa - Webcampus y UADE Mapas.	Informativo, 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.

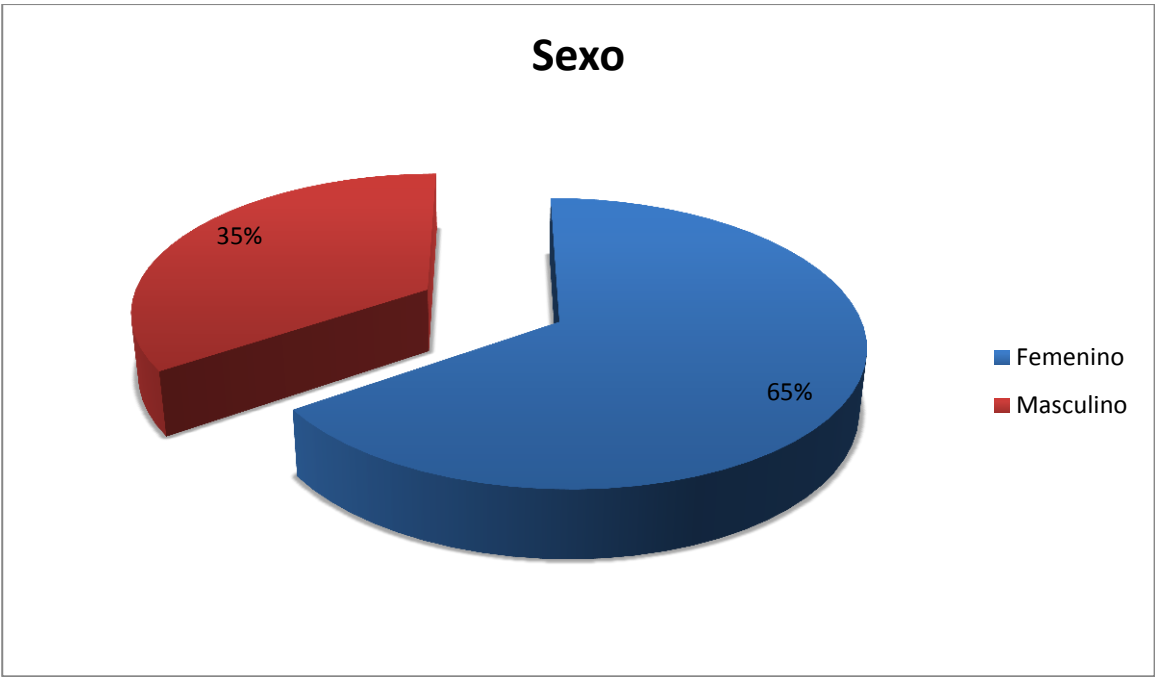
Tabla No.1. Mejores aplicaciones académicas para dispositivos móviles. Elaboración propia

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS

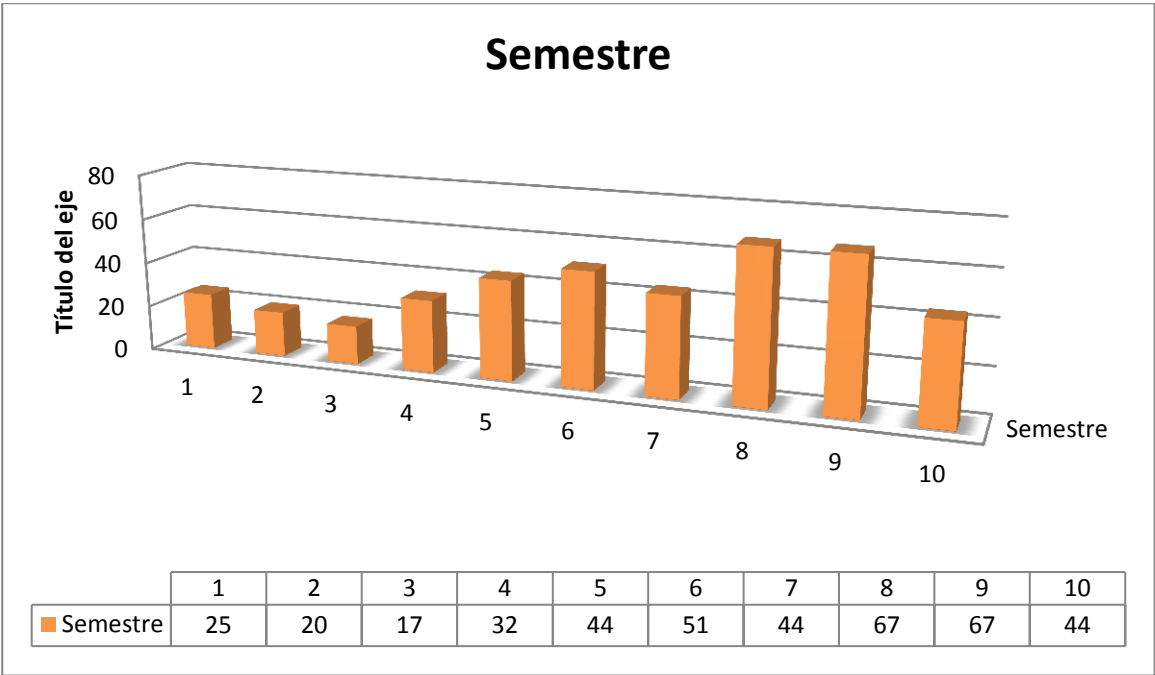
5.1 Identificación



Gráfica No. 1. Edad de los estudiantes.



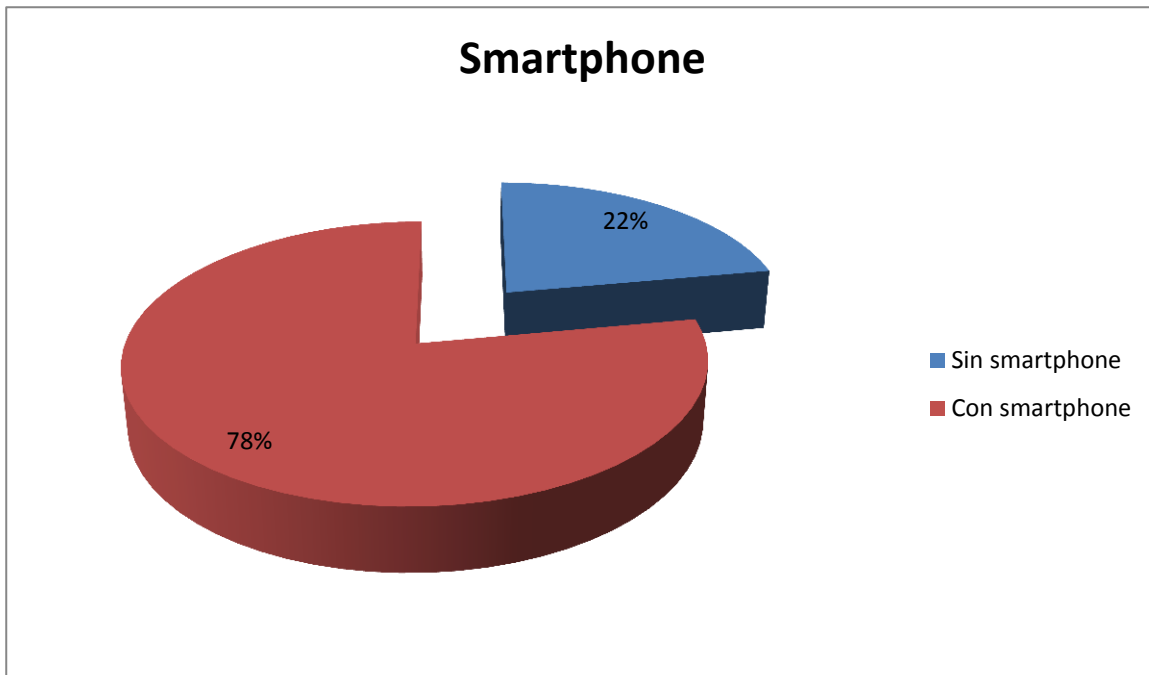
Gráfica No. 2. Sexo de los estudiantes.



Gráfica No. 3.Semestre de los estudiantes.

El 78 % de los estudiantes encuestados 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.

5.2 Perfil del usuario



Gráfica No. 4. Tipo de dispositivos móviles de los estudiantes.

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.

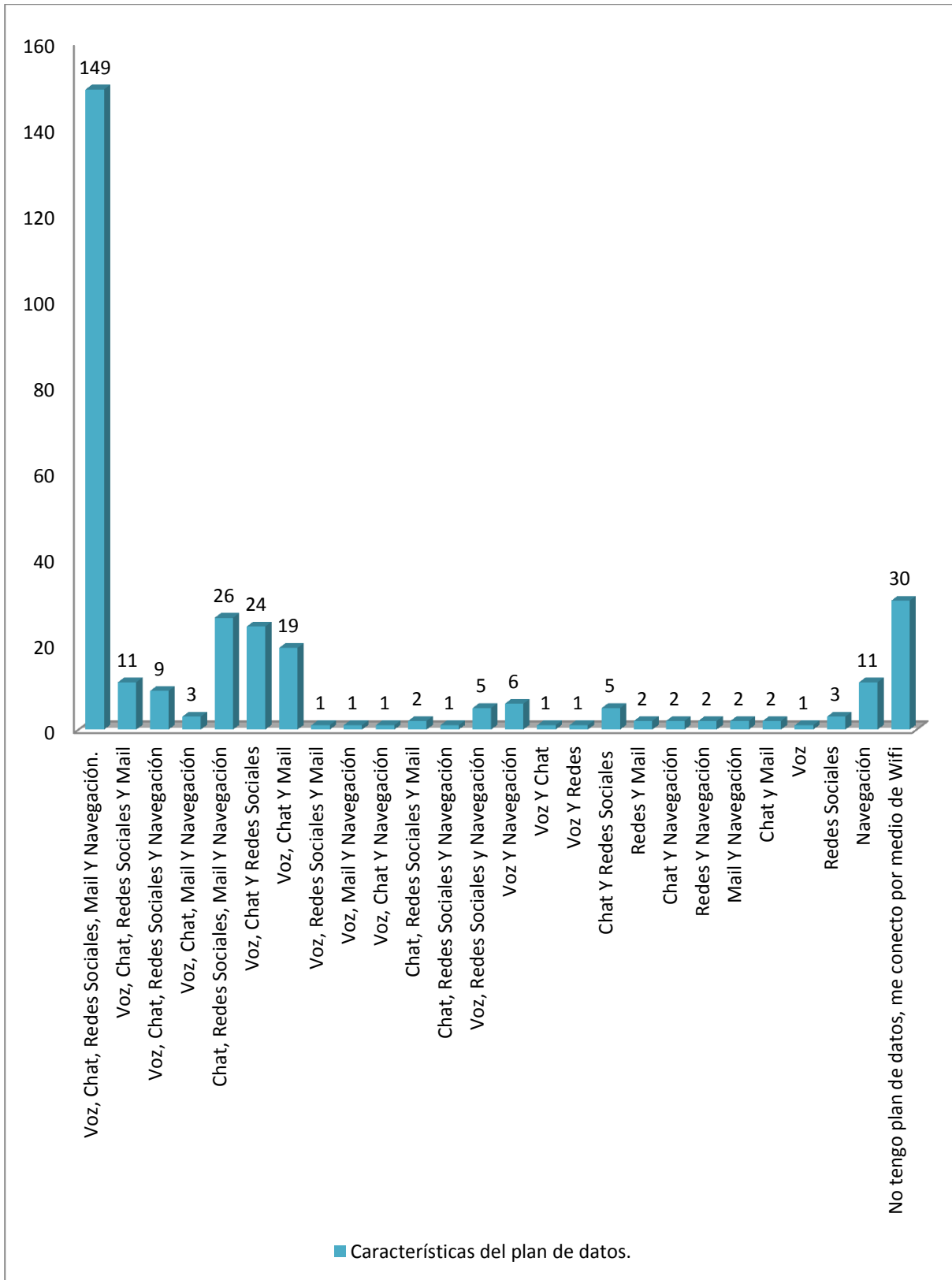
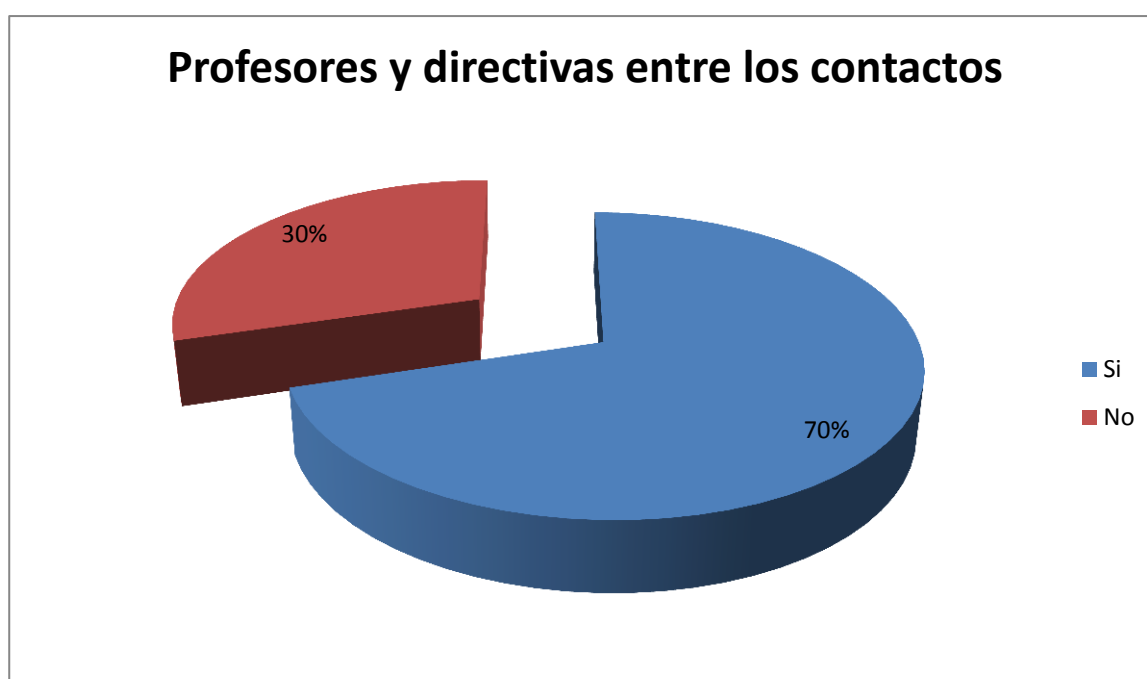


Gráfico No. 5. Características del plan de datos de los estudiantes.

El dispositivo móvil es muy importante para los estudiantes, y 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.

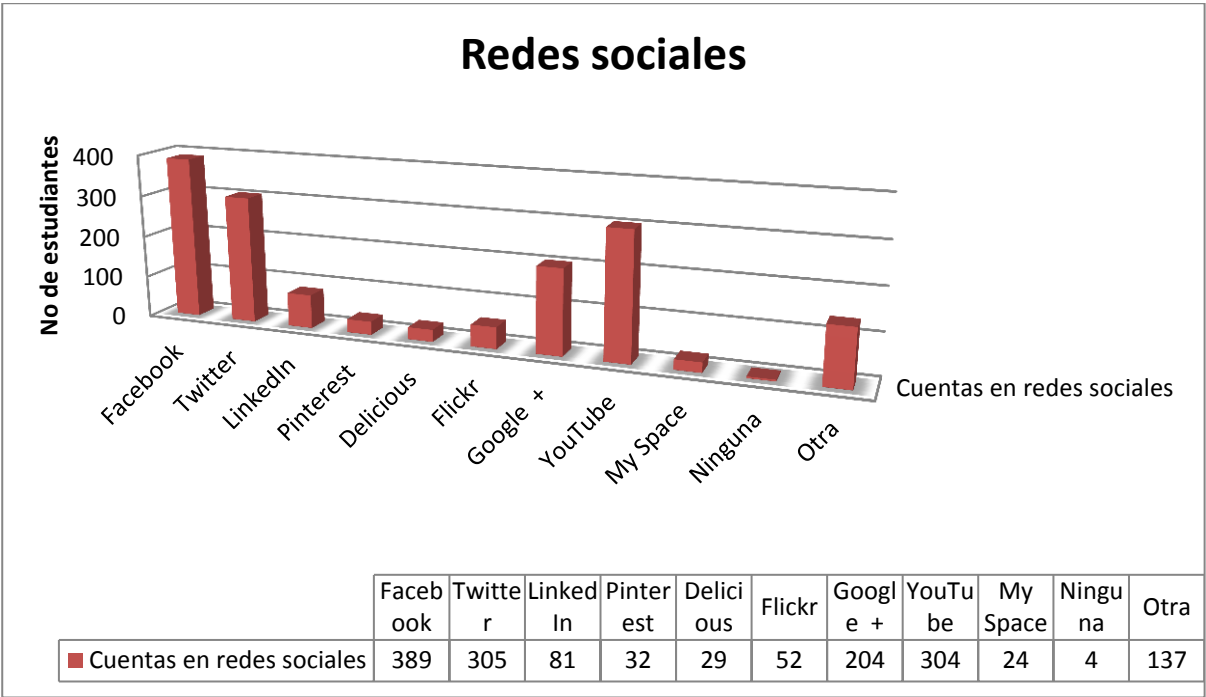


Gráfica No. 6. Profesores y directivas en los contactos.

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.

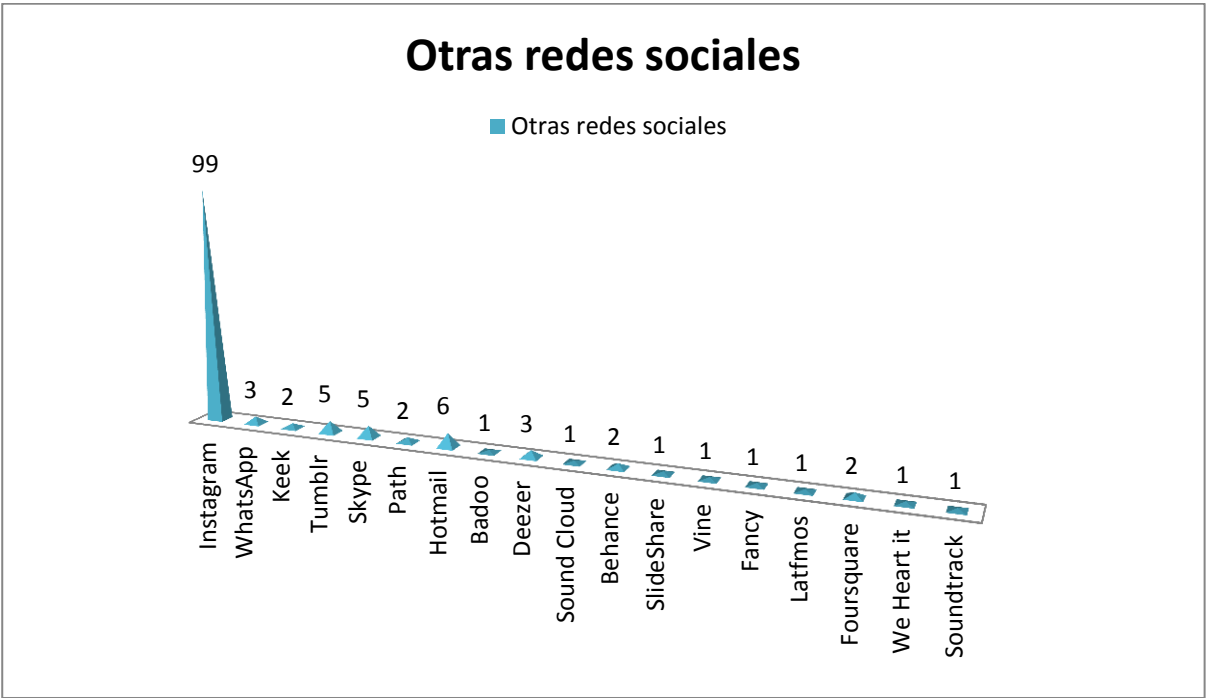
5.3 Uso

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.



Gráfica No. 7. Redes sociales.

Entre quienes respondieron otra, se presenta a continuación cuáles fueron nombradas por los estudiantes.



Gráfica No. 8. Otras redes sociales.

Redes sociales más utilizadas: las siguientes son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes.



Gráfica No. 9. Nube de palabras: redes sociales más utilizadas por los estudiantes de la UPB.
Elaboración propia.

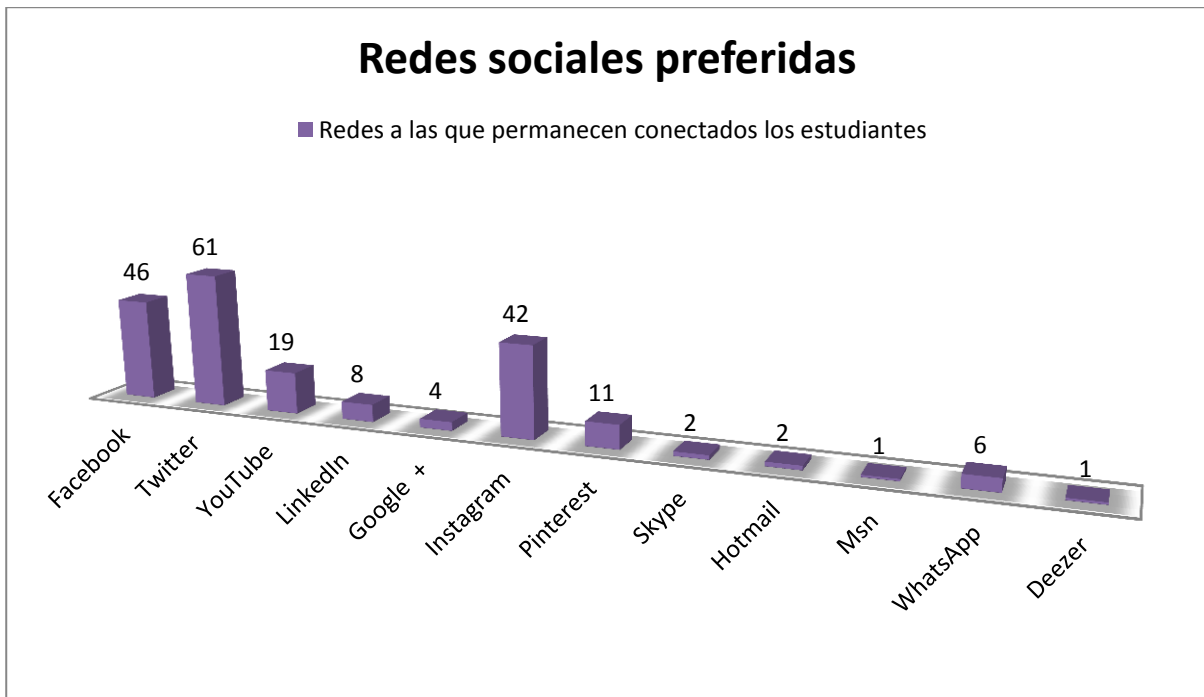
Existe una relación proporcional entre Facebook, Twitter y Youtube como las redes sociales en las que más estudiantes tienen cuenta, y éstas tres como las más utilizadas. Esto indica que los estudiantes abren una cuenta en las redes que les interesan y que les serán útiles con frecuencia. Una de las 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.

Para conocer las características de las redes sociales más usadas por los estudiantes de la UPB, se presenta el siguiente tabla de clasificación, en orden alfabético, según el contenido que se comparte en éstas.

Nombre	Tipo de usuario	Año de creación	Restricción de edad ¹⁵	Contenido
Delicious	Genérico	2003	No tiene	Marcador social web. Se almacena y comparten los enlaces guardados en la cuenta con otros usuarios de Delicious.
Facebook	Genérico	2004	13 años	Perfil de usuario, publicación en el muro, montar y compartir fotos y videos, mensajería instantánea.
Flickr	Genérico	2004	13 años	Permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías y videos en línea.
Google +	Genérico	2011	18 años	Integra perfiles, círculos, videollamadas, y permite integrar contactos de Hotmail y Yahoo.
Instagram	Genérico	2010	No tiene	Aplicación móvil. Toma de fotografías y grabación de videos cortos, a los que se les agrega un filtro. Permite compartirlos con otras redes sociales.
LinkedIn	Profesional	2003	18 años	Perfil de contactos profesionales, para compartir información de la formación académica y experiencia laboral.
MySpace	Genérico	2003	14 años	Se puede crear perfil y compartir variedad de intereses. Comunicación y promoción de grupos y artistas musicales.
Pinterest	Genérico	2010	13 años	Crear y compartir colecciones de imágenes en tableros personales temáticos, personalizables.
Twitter	Genérico	2006	13 años	Plataforma de microbloggin en 140 caracteres por Twit. Cada persona crea su perfil para ser seguido, y puede seguir a otros usuarios.
YouTube	Genérico	2005	18 años	Crear y compartir videos. Se accede con el correo de Gmail. Permite hacer listas de reproducción, y suscribirse a canales.

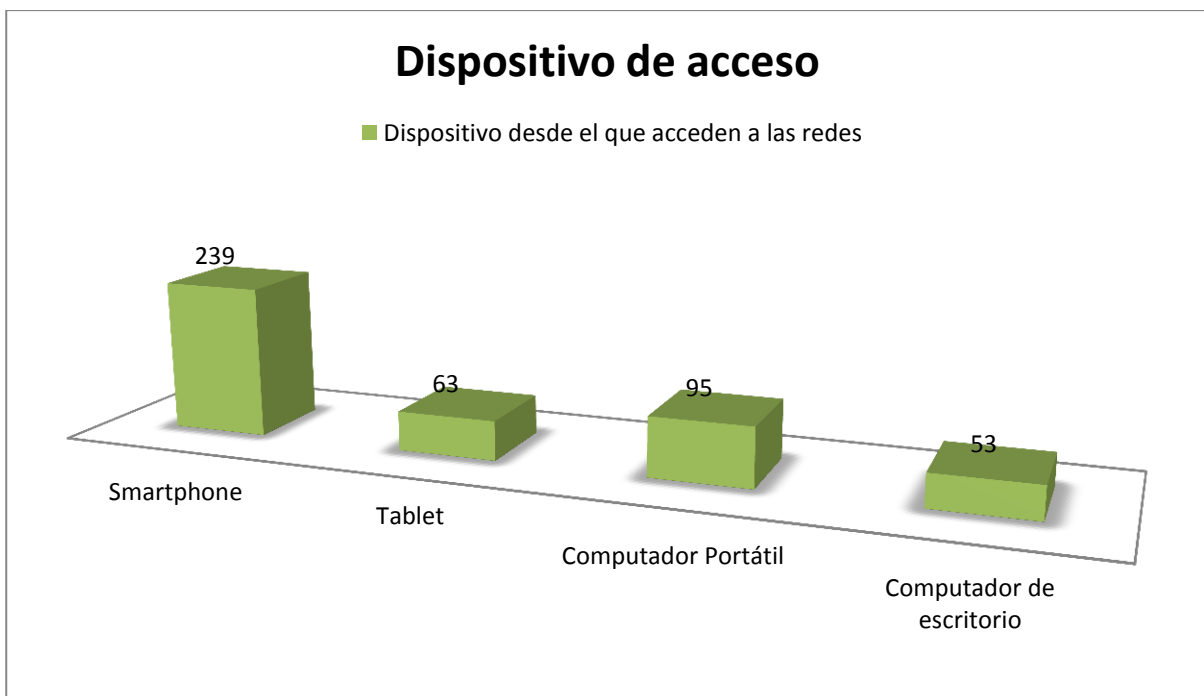
Tabla No.2. Clasificación de las redes sociales según actividad y contenido. Elaboración propia.

¹⁵ En Colombia, según el Proyecto de Ley 109 de 2010 la edad mínima para crear una cuenta en una red social es de 14 años.



Gráfica No. 10. Redes sociales preferidas.

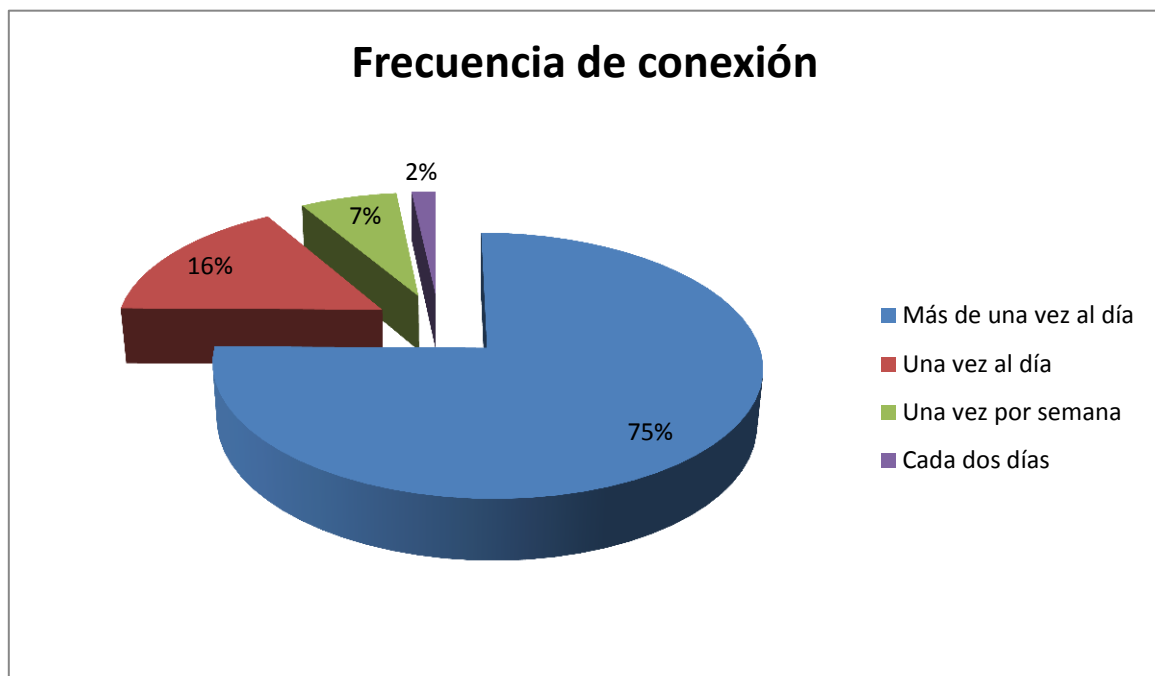
En esta pregunta se evidencia que las redes con mayor uso y aceptación son Facebook, Twitter e Instagram; y se ve también la falta de claridad de algunos estudiantes sobre la definición y características de una red social, pues mencionan servicios de correo electrónico, mensajería instantánea y aplicaciones móviles entre sus redes sociales preferidas.



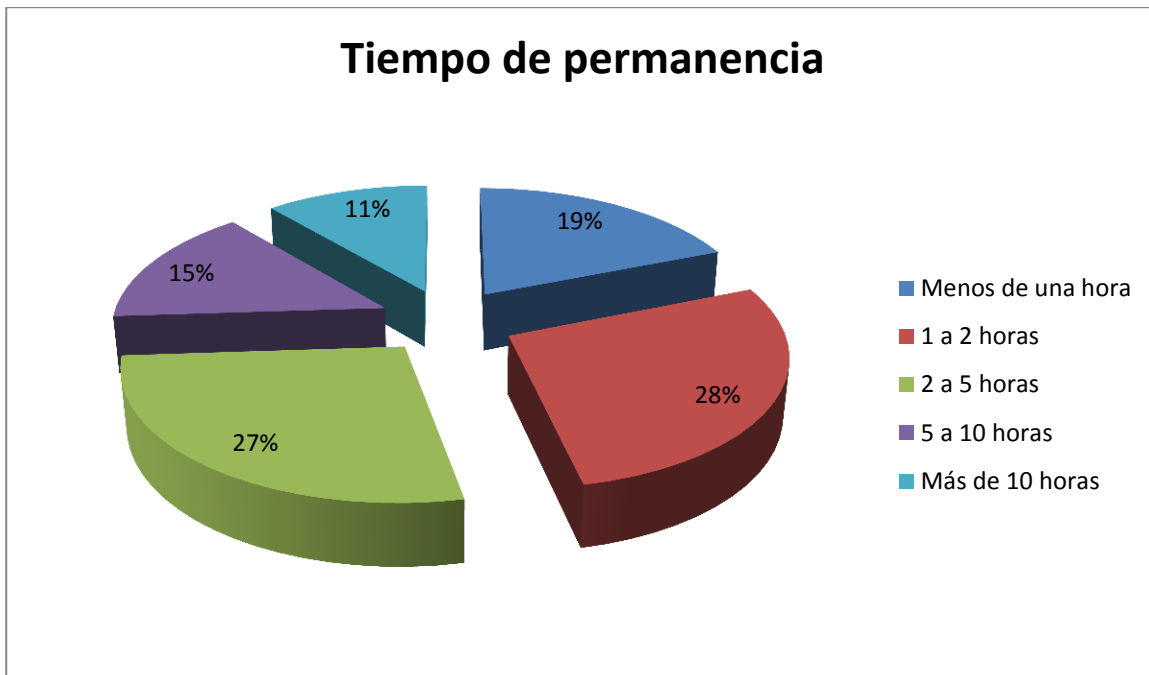
Gráfica No. 11. Dispositivo de acceso.

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.

5.4 Consumo



Gráfica No. 12. Frecuencia de conexión a las redes sociales.

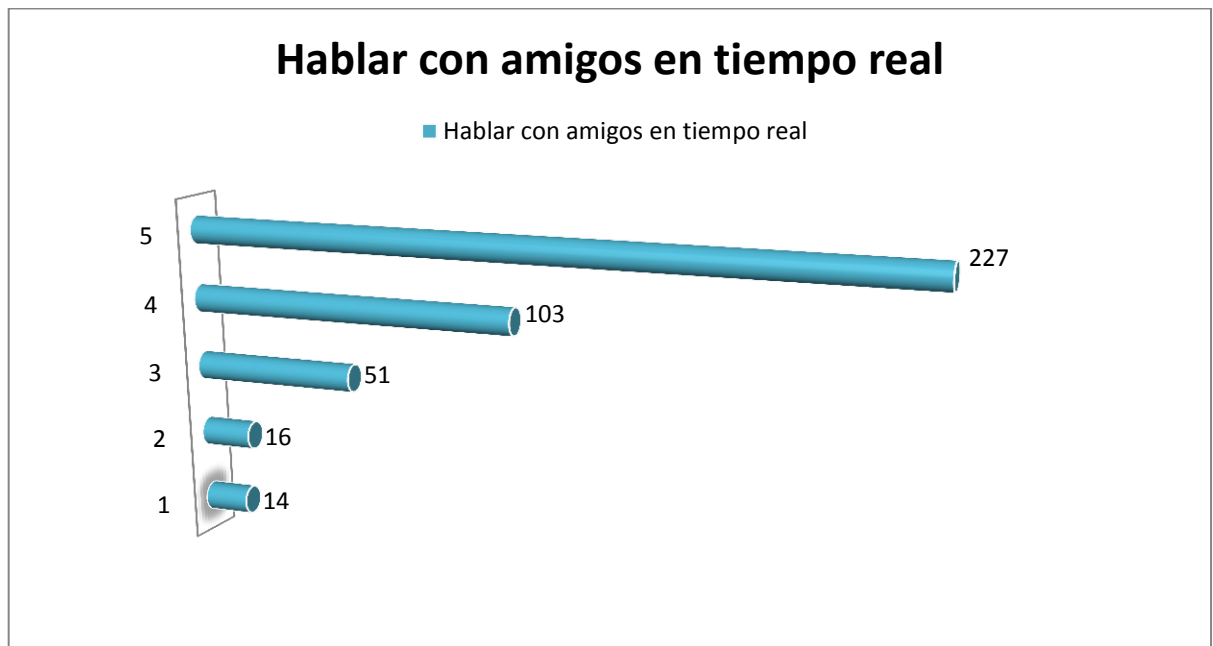


Gráfica No. 13. Permanencia.

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.

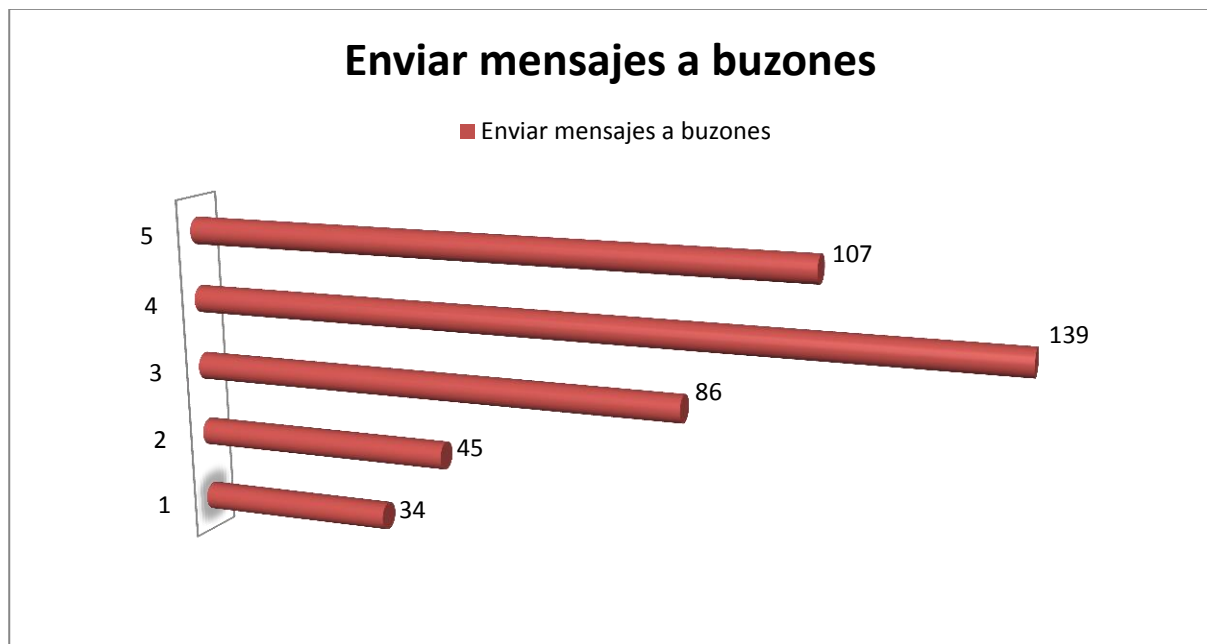
Gráfica No. 15. Nube de palabras: por qué de la conexión a las redes preferidas. Elaboración propia.

- Clasificación de importancia de actividades.



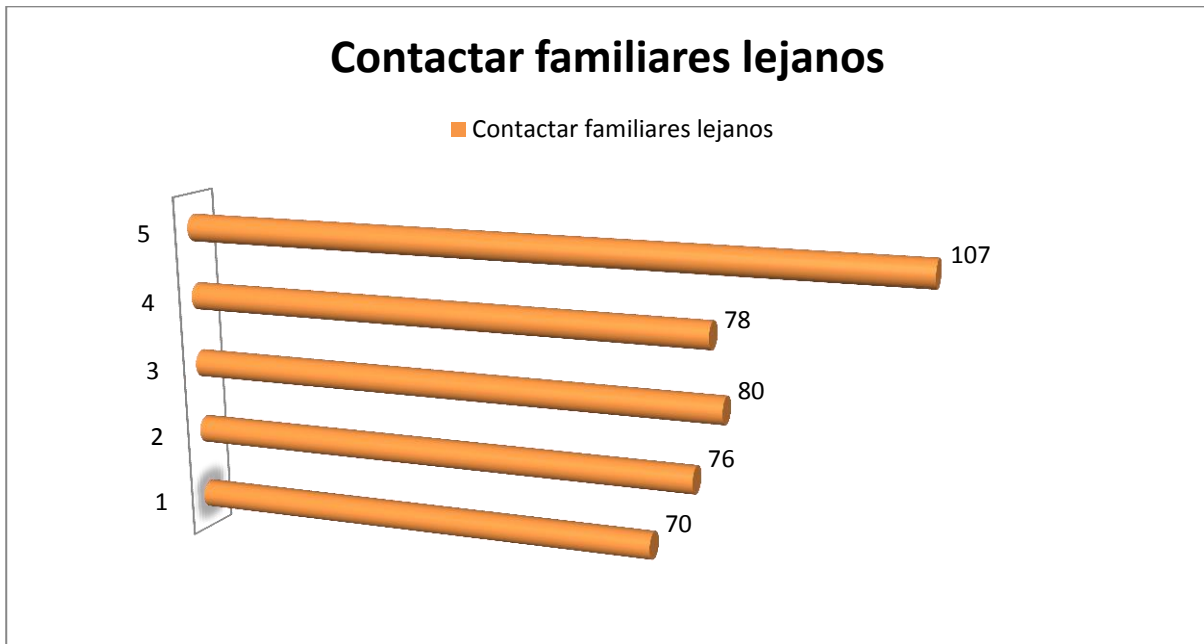
Gráfica No. 16. Hablar con amigos en tiempo real

Para los estudiantes la conexión constante e inmediata con los contactos de las redes es fundamental, y es evidenciada en el 80% que lo considera en el nivel máximo de importancia.



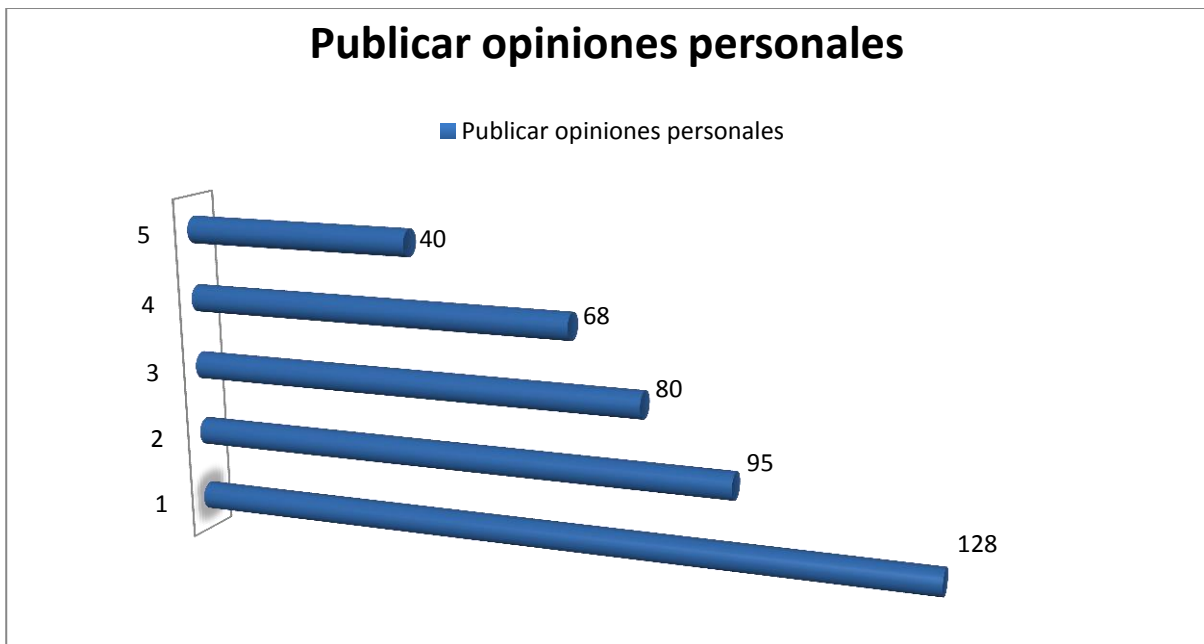
Gráfica No. 17. Enviar mensajes a buzones

También el envío de mensajes es una de las actividades recurrentes de los estudiantes con un 60%, aunque no lo es en un nivel muy alto.



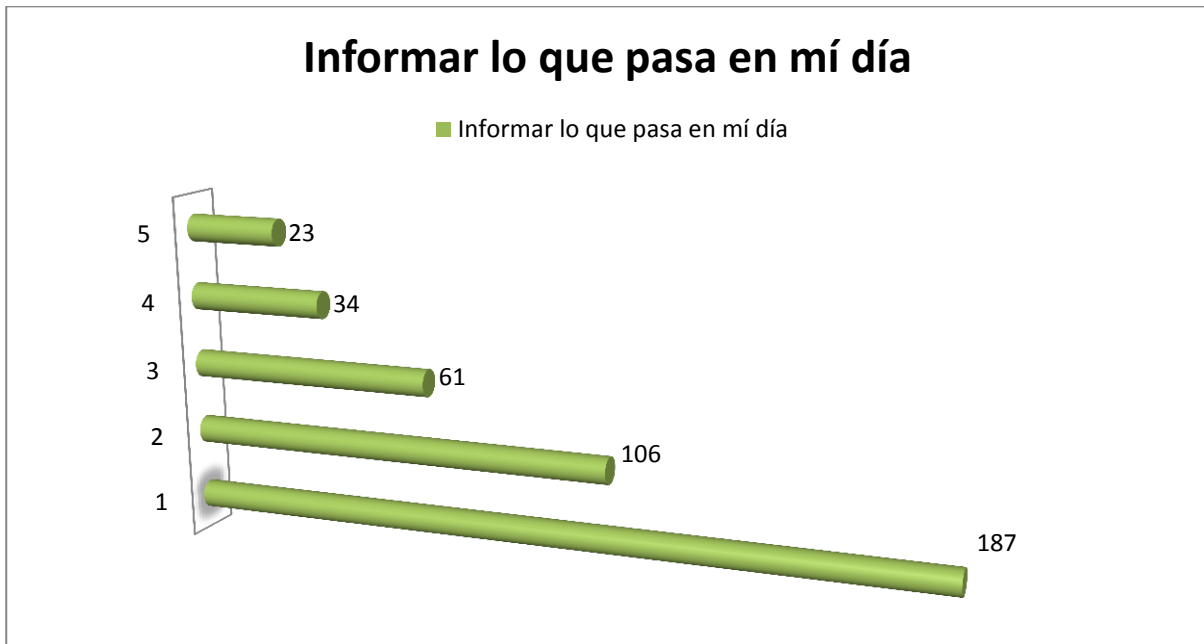
Gráfica No. 18. Contactar familiares lejanos

Aunque un 45% lo considera una actividad importante, un 36% no utiliza las redes para contactar familiares. Y el 19% restante la cataloga de manera neutra en importancia, por lo que no es posible establecerla como una tendencia.



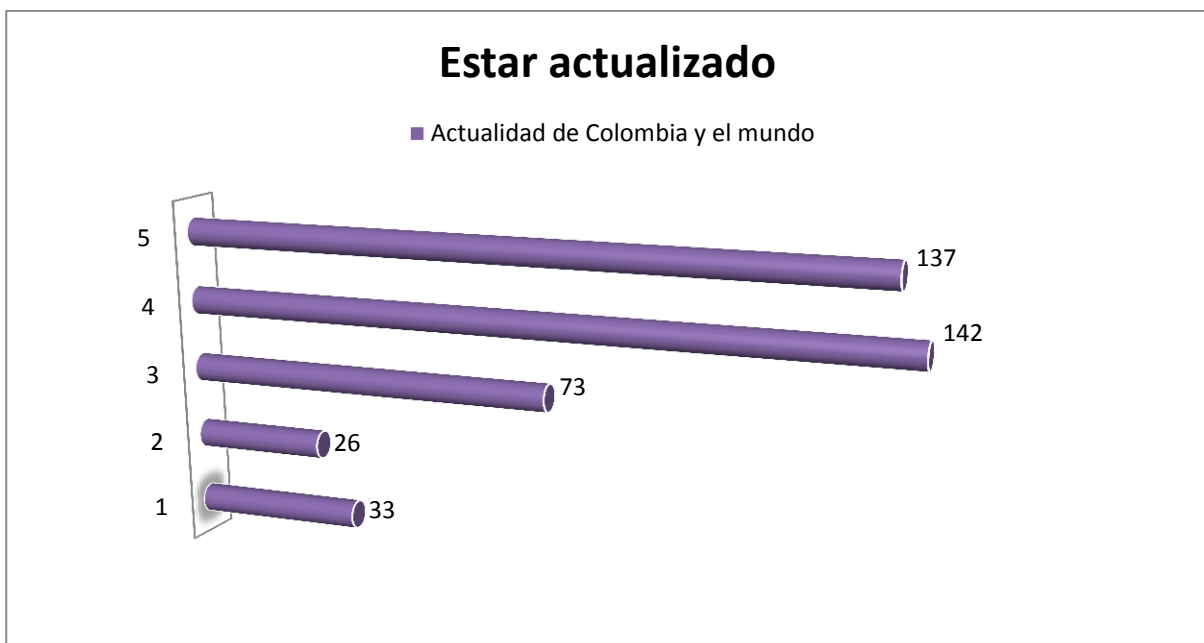
Gráfica No. 19. Publicar opiniones personales

El porcentaje de estudiantes que usa las redes para publicar sus opiniones personales es mínimo (27%), comparado con el 54% que no las utiliza para esto, o el 19% que lo hace ocasionalmente.



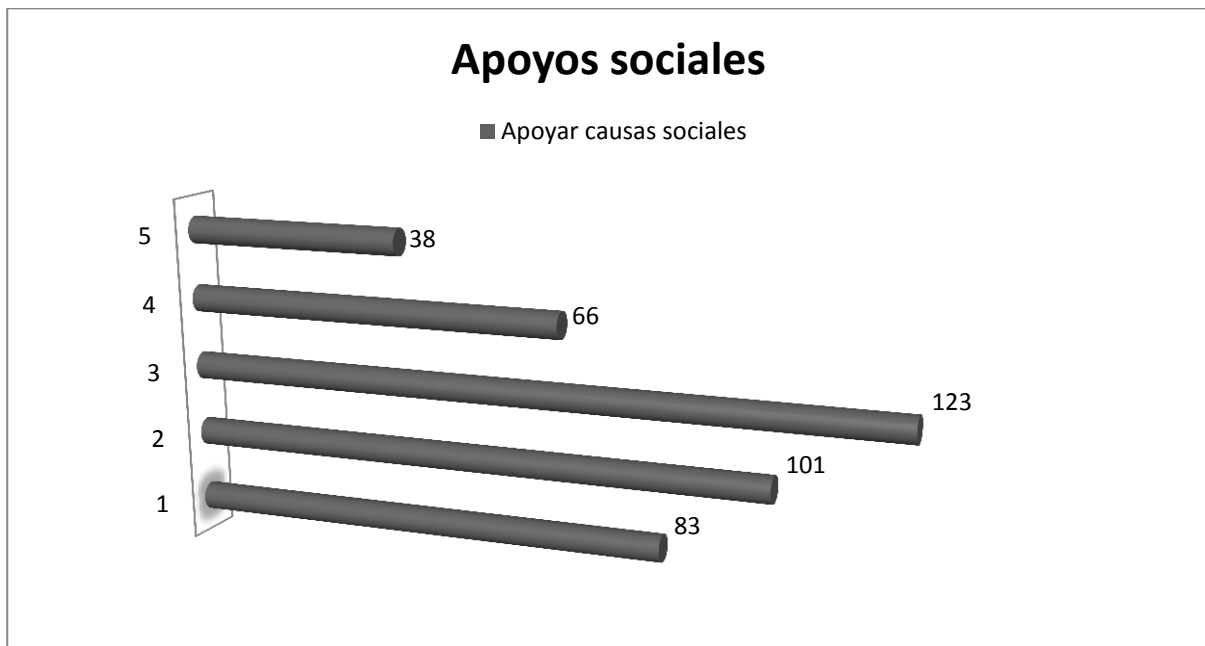
Gráfica No. 20. Informar lo que pasa en mi día.

Los estudiantes de UPB no están dados a publicar cada detalle de su cotidianidad (71%). Sólo un 9% utiliza las redes sociales para este fin, y algunos lo hacen de manera ocasional (15%).

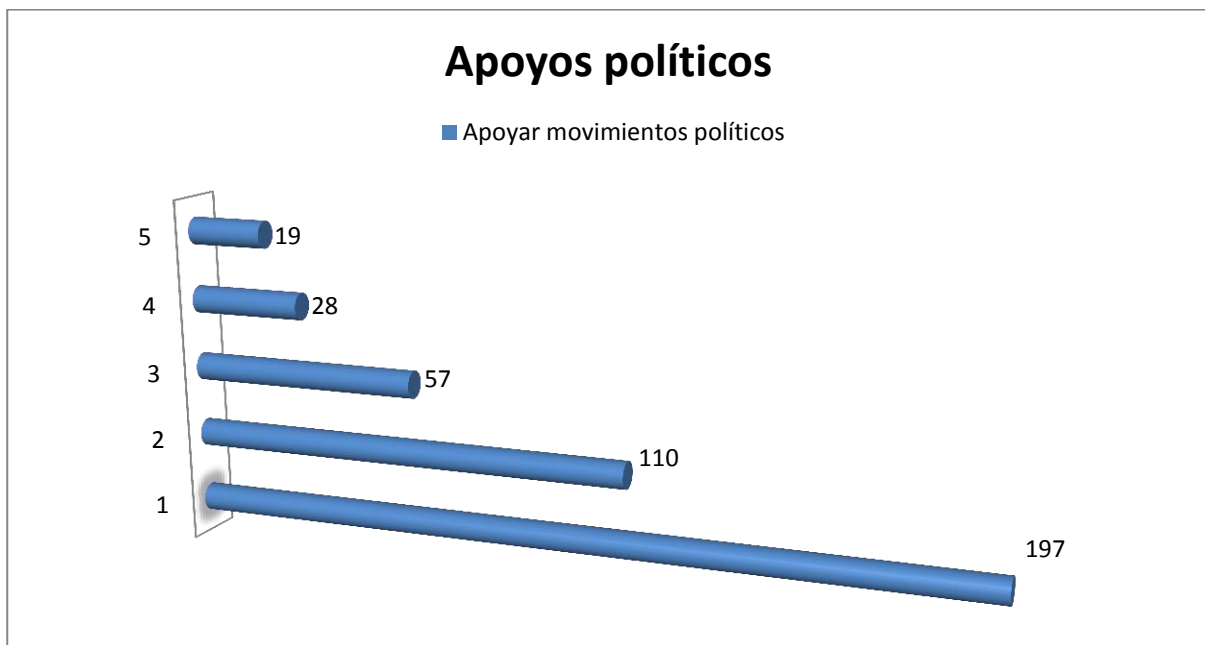


Gráfica No. 21. Estar actualizado

El 68% evidencia que estar actualizados de lo que sucede es importante para los estudiantes. Para un 18% es una actividad ocasional y el 14% restante no utiliza las redes como medio informativo.



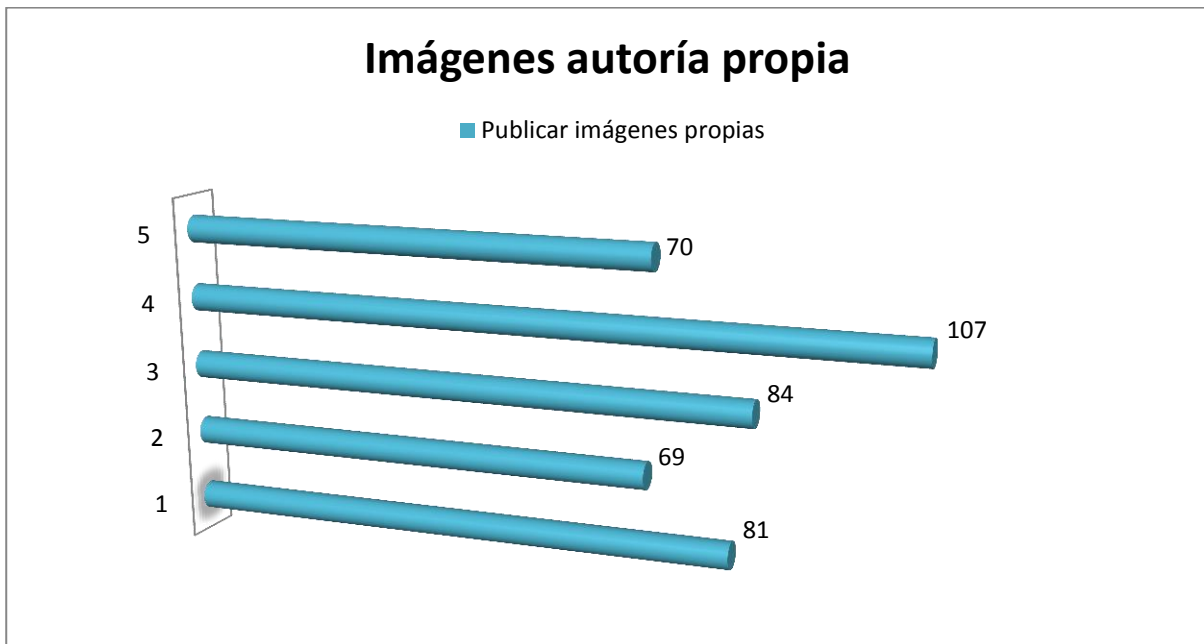
Gráfica No. 22. Apoyos sociales



Gráfica No. 23. Apoyos políticos

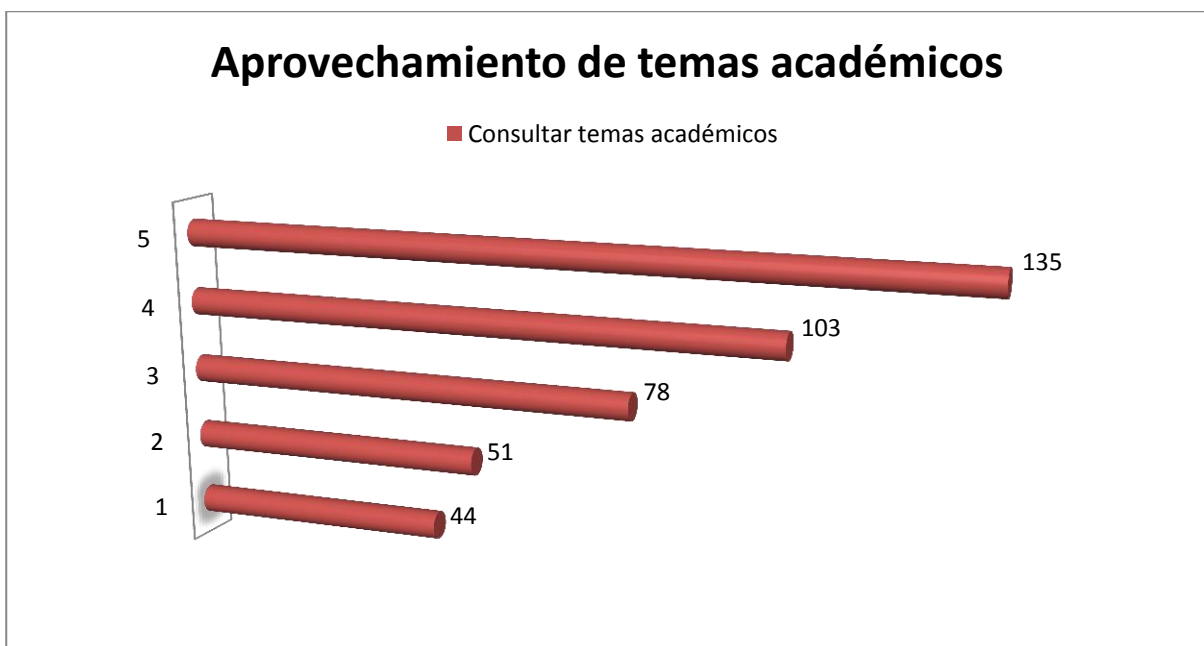
Para los estudiantes el apoyo a causas sociales y movimientos políticos no es una actividad importante a realizar en redes sociales. El 25% apoya causas sociales y el 11% movimientos

políticos; por su parte el 45%, para causas sociales, y el 75% en causas políticas, no demuestran su apoyo o simpatía. Por otra parte el 30% y el 14% son indiferentes o apoyan de manera ocasional los movimientos sociales y políticos, respectivamente.



Gráfica No. 24. Imágenes autoría propia

Esta actividad no puede clasificarse como tendencia en los estudiantes pues los porcentajes de importancia están casi en el mismo nivel. Para un 43% es importante compartir fotos propias, un 20% lo hace de manera ocasional y el 37% restante no lo considera importante.



Gráfica No. 25. Aprovechamiento de temas académicos

Por su parte, el nivel de importancia aumenta para la consulta de temas. Para un 58% es muy importante, un 23% no lo ve a este nivel y para un 19% es una actividad ocasional.



Gráfica No. 26. Contactar expertos

La variación de porcentajes de importancia es poca. El 42% no lo ve como una actividad importante para realizar en las redes sociales, el 34% sí lo cree de esta manera, y para el 24% es algo importante pero no en gran nivel.



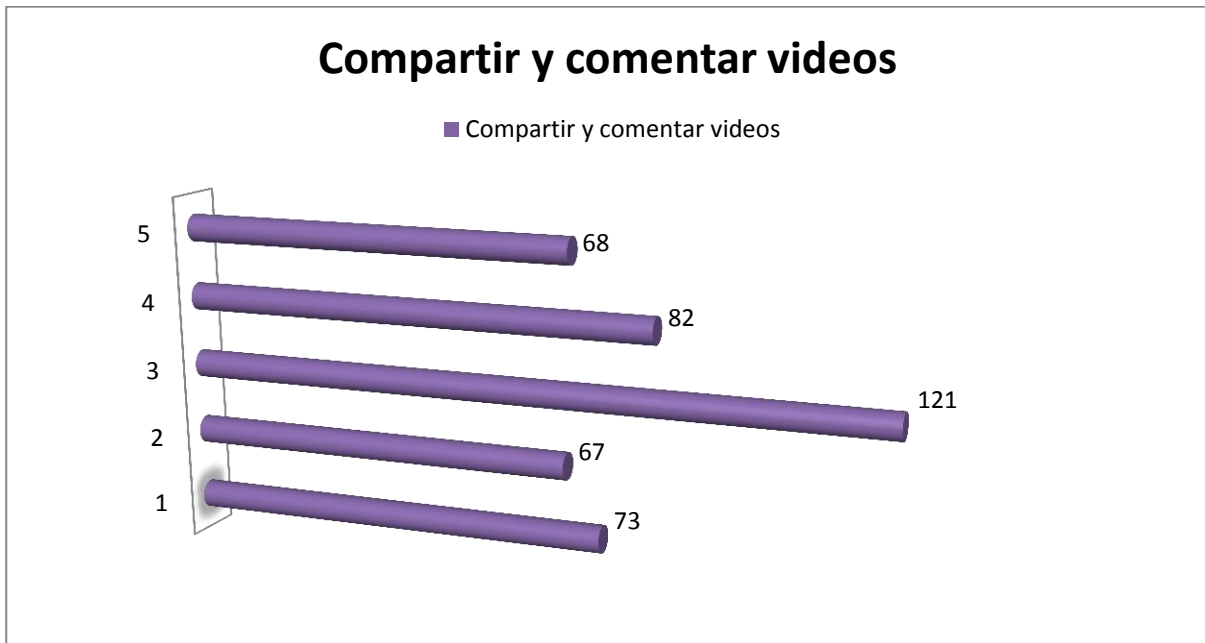
Gráfica No. 27. Conocer sobre mis contactos.

Al 43% de los estudiantes, no les interesa conocer la vida de sus contactos; un 24% lo ve como una actividad ocasional y un 33% de estudiantes le da el máximo nivel de importancia.



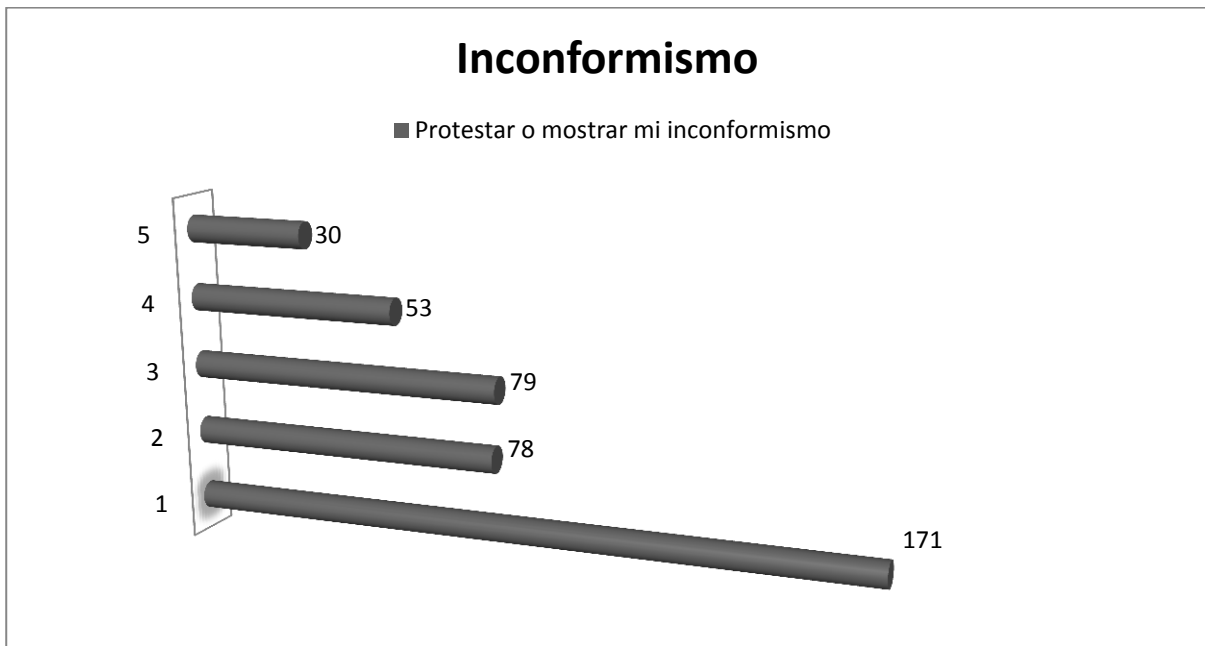
Gráfica No. 28. Organizar reuniones

Casi la mitad de los estudiantes (49%) utiliza las redes sociales para organizar reuniones presenciales con sus amigos, un 24% no les da este uso. El 27% restante lo hace de manera ocasional, aprovechando el momento de conexión de sus contactos.



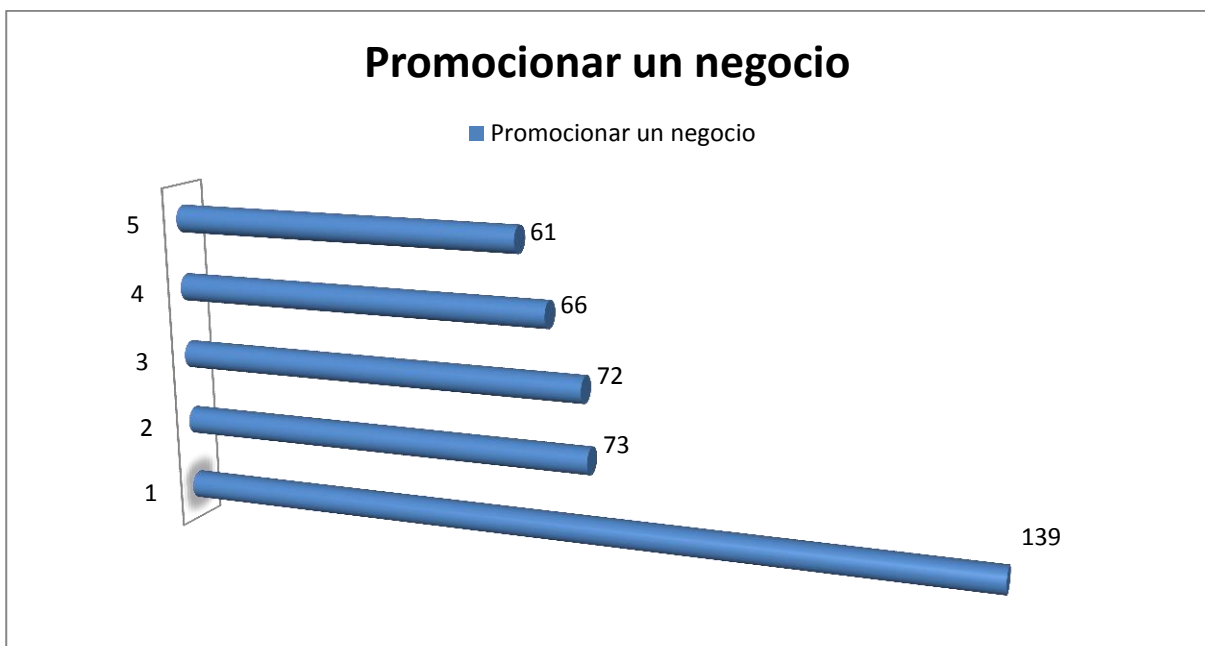
Gráfica No. 29. Compartir y comentar videos

La importancia de esta actividad es variada. El 37% la califica con el máximo nivel, para el 34% es una actividad neutra, de ocasión; y el otro 29% no de la gran importancia a esta actividad en las redes sociales.



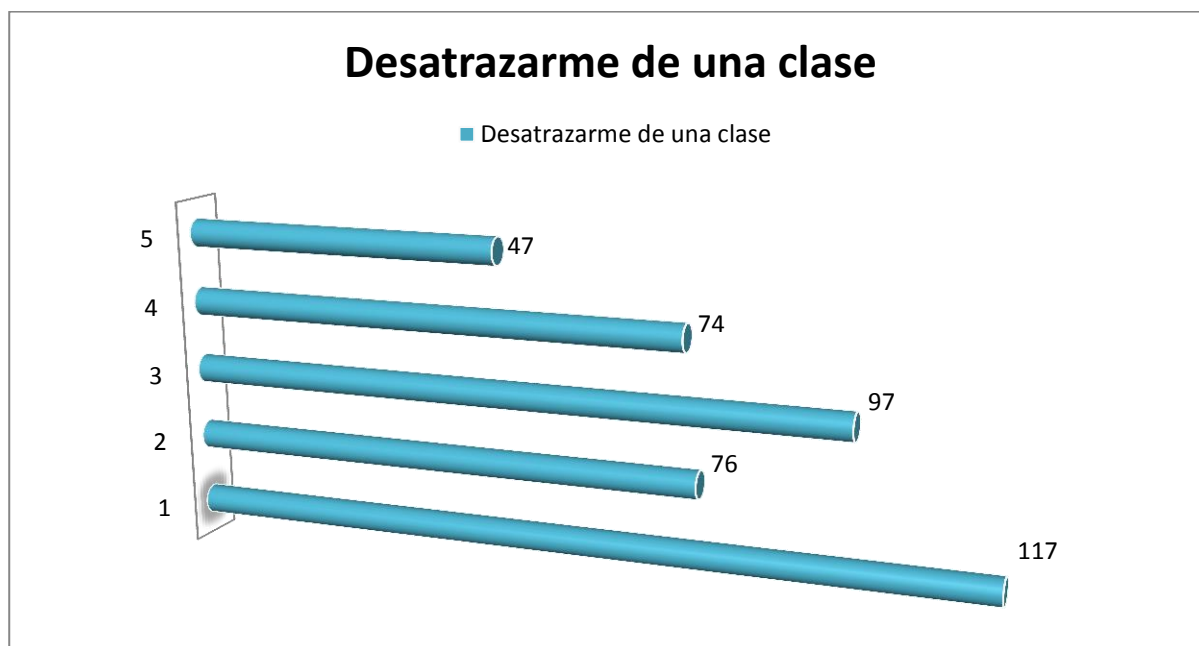
Gráfica No. 30. Inconformismo

Más de la mitad de los estudiantes, un 61%, no ven a las redes sociales como el espacio para mostrar su posición en contra de algo. Por su parte un 20% sí le parece una actividad importante, y para un 17% es algo que realizan, pero no con gran frecuencia.



Gráfica No. 31. Promocionar un negocio.

52% de los estudiantes ven a las redes sociales como el espacio adecuado para promocionar un negocio, contrario al 31% que no lo consideran apropiado. El 17% de los estudiantes le da a esta actividad una calificación neutra.



Gráfica No. 32. Desatrazarme de una clase.

Esta no es una actividad recurrente entre los estudiantes. Un 29% la considera importante, para un 24% es algo ocasional y el 47% no cree que sea importante para realizar en las redes sociales.



Gráfica No. 33. Contactar a un profesor.

Establecer contacto con un profesor tampoco es una actividad frecuente o importante para los estudiantes en el espacio de las redes sociales. Sólo un 23% lo califica con la máxima importancia, un 19% le da una calificación neutra y la mayoría, el 58% no lo cree importante.

CONCLUSIONES

- Son pocas las investigaciones realizadas en América Latina sobre los jóvenes, las redes sociales, y su posible aplicación a la academia. Estos estudios y análisis se han centrado en entender la naturaleza de las redes sociales, evaluando sus características y conociendo sus ventajas y desventajas, con el fin de integrarlas de una u otra manera al trabajo con los estudiantes.
- Estas investigaciones también mostraron la preocupación de los docentes y directivos de las instituciones de educación básica y superior, en cuanto al contenido al que están expuestos los estudiantes en las redes sociales, y en la web en general. La preocupación se centra en la vulnerabilidad de los jóvenes al participar de un ambiente sin restricciones claras o “fuertes”, y en el que ellos, al final, son quienes toman las decisiones. Sin embargo, estos mismos estudios confirman la capacidad de los jóvenes para tomar decisiones correctas que no afecten de mala manera su vida, o la de sus amigos en la red. Para ellos las redes sociales son espacios en los que se expresan libremente, sin las restricciones de sus padres o docentes, y en los que comparten con sus “pares” todo tipo de experiencias.
- 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, pues aunque sus integrantes tengan como objetivo la educación y generación de conocimiento, son todos profesionales y expertos en diversas áreas que comparten sus experiencias, pero no se da la interacción con 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. Aunque el desarrollo aún es poco considerando el total de universidades en América Latina, consideramos que estas experiencias son la base para el desarrollo futuro de más aplicaciones universitarias.

- Como elemento importante a tener en cuenta es la necesidad latente de alfabetización digital a los alumnos, pues no todos aprovechan la aplicación desarrollada por la universidad, y hacen críticas constructivas para sus posteriores mejoras; sino que algunos se concentran en expresar de una manera inadecuada y, en ocasiones, grosera su frustración con el funcionamiento del aplicativo, su desacuerdo con el diseño de la interfaz, o los problemas que tienen al *loguearse*.
- 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. Esta ausencia de desarrollo de aplicativos en la academia es una oportunidad para que la Universidad Pontificia Bolivariana sea pionera con el desarrollo de UPB Móvil, una aplicación que permitirá integrar las labores académicas a la cotidianidad de los estudiantes.
- Con el trabajo de campo realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana se evidenció la gran aceptación que tienen las redes sociales en 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: comunicación inmediata (chat); expresión de pensamientos, sentimientos y emociones (muro, biografía, “me gusta”, “compartir”); subir, compartir y comentar fotos y videos de mis contactos; creación de grupos y subgrupos de todo tipo de intereses. 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.

- Un aspecto importante para la conexión permanente es el dispositivo del cual acceden los estudiantes a estas redes. Los *Smartphone*, *tablets*, y computadores portátiles son los preferidos, por el tamaño y facilidad de transporte. De estos tres (3) el *Smartphone* es el más usado, y es tal la importancia que tiene la conexión a las redes, que la mayoría de los estudiantes cuenta con un plan de datos completo: voz, mail, chat, redes sociales y navegación; y si de sacrificar una de estas características se trata, prefieren eliminar las llamadas al resto de opciones.
- 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. Sin embargo, cuando se habla de tener a profesores o directivas entre los contactos de las redes sociales, y la interacción que tienen con ellos; las respuestas de los estudiantes evidencian que aunque la mayoría tiene a profesores o directivas entre sus contactos, no utilizan las redes sociales para contactarlos cuando a temas académicos se refiere. Esto nos indica que en estas redes prima el carácter social al académico, que también está presente, pero en menor medida.

RECOMENDACIONES

- Los resultados expuestos 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. Debe ser un espacio académico, pero que invite a la relación horizontal (*peer to peer*) y genere la confianza para la participación activa de todos sus miembros.
- Tomando como referencia las investigaciones ya realizadas sobre la inclusión de las redes sociales en la academia, es pertinente afirmar que con el uso adecuado de algunas de las herramientas que ofrecen las redes sociales, como el chat; la creación de subgrupos; la posibilidad de subir, compartir y comentar información, etc., es posible lograr una interacción positiva en pro del conocimiento por parte de los estudiantes, quienes ya están acostumbrados al trabajo en la virtualidad; y quienes están seguros en las redes sociales cuando al aplicar las indicaciones de sus padres, docentes y amigos, son capaces de optar por un buen comportamiento en la web, no dejarse guiar por las influencias negativas que puedan encontrar, y comparten tranquila y abiertamente con aquellos que conocen en la presencialidad.
- El estado del arte de esta investigación permitió conocer el esfuerzo y disposición que tienen los docentes por acercarse al mundo digital en el que ahora habitan sus estudiantes, y llevar parte del aula de clase a las redes sociales. Se concluye que la manera apropiada para lograr esta interacción es utilizando una de las tantas plataformas (gratuitas o pagas), y crear una red social académica propia, en la que todo gire en torno al aprendizaje. Pero no se trata del envío y recepción de mensajes, sino de la interacción en confianza que se da en las redes sociales, para lograr que el estudiante se integre y participe activamente.
- Es importante aumentar el apoyo a la investigación y creación de aplicativos móviles que faciliten y mejoren la comunicación de los docentes, directivos y miembros de la universidad, con los estudiantes; aprovechando las ventajas que ofrecen las redes sociales. El trabajo de campo realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana permitió ver la preferencia de los estudiantes por redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, por lo que podrían replicarse algunas de sus funciones y características en la parte de “perfiles” del aplicativo móvil institucional.

LISTA DE REFERENCIAS

- 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>
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45 – 68.
- 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
- Crovi Druetta, D. (2009) *Acceso, uso y apropiación de las TIC en comunidades académicas*. México: plaza y Valdés Editores.
- De Haro Ollé, J. (2010) *Redes sociales en educación*. Recuperado el 10 de abril de 2013 de <http://jjdeharo.blogspot.com/2010/05/redes-sociales-en-educacion.html>
- Farnós Miró, J. (2011, julio - septiembre). Las redes sociales en la educación. *Revista Mexicana de Comunicación*, 127, 29 – 33.
- 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>
- Flores Vivar, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicación*, 17 (33), 73 – 81. Doi: 10.3916/c33-2009-02-07.
- Gómez Aguilar, M., Roses Sergio., & Farias Batlle, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista Comunicar*, 19 (38), 131 – 138.

- Jaillier Castrillón, E. (2010). *Internet: ¿Alternativa de socialización para los jóvenes en Colombia?* Colombia: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Livingstone, S. (2012, agosto). Tomando las oportunidades de riesgo en la creación de contenido juvenil: uso social de los adolescentes de redes para la intimidad, la privacidad y la libre expresión. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 9 (25), 91 – 119.
- Mateus, C. (2013, 23 de abril). Los grandes beneficios del 4G para Colombia. *El Espectador*. Recuperado el 20 de mayo de 2013 de <http://www.elespectador.com/opinion/columna-417683-los-grandes-beneficios-del-4g-colombia>
- Peláez Cárdenas, A. (2012). Implicaciones para el trabajo en los ambientes mediados tecnológicamente. Recuperado el 11 de junio de 2013 de <http://eav.upb.edu.co/banco/sites/default/files/files/Roldocenteencostruccionconocimientos.pdf>
- Pérez, T., Castillo, E., & Marquina, R. (2009) Las redes sociales y el desarrollo profesional del docente. Recuperado el 22 de mayo de 2013 de http://www.cognicion.net/index.php?option=com_content&task=view&id=322
- 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>
- Túñez López, M., & García, J. (2012. julio). Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (41), 77 – 92.
- Zambrano, W., Medina, V., & García, V. (2010). Nuevo rol del profesor y del estudiante en la educación virtual. *Dialéctica*, (26), 51 – 61.

