

1.1. Campo temático

Torrigo (1993), afirma que la realidad social como fuente de conocimiento e investigación es amplia, diversa, compleja e inagotable, situación que también es válida para el campo de las ciencias de la comunicación social. Sobre la base de esta puntualización también señalar que la comunicación social y los hechos, fenómenos y procesos comunicacionales pueden ser abordados partir de diferentes contextos, ámbitos, dimensiones y perspectivas. Asimismo, ser analizados desde diferentes campos disciplinarios, matrices teóricas y enfoques metodológicos, es más aún existe la posibilidad de un análisis comunicacional vinculado a otras ciencias sociales como ser economía, política, sociología, derecho, psicología e historia.

Se puede estudiar los procesos de emergencia, constitución, desarrollo, transformación e impacto de los medios de comunicación e información social. Las repercusiones que provocan los procesos comunicacionales en los receptores. Los propósitos y las características de la comunicación social. El acceso y consumo de los medios de comunicación social. El impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación. También se puede vincular el análisis comunicacional a la perspectiva de otras disciplinas sociales dando lugar a campos temáticos tales como ser, entre otros, delitos informáticos, marketing social, adicción a los medios, propaganda política, derecho y comunicación, información, comunicación y educación, economía de la información, consumo cultural de las redes sociales y publicidad empresarial.

Frente a esta diversidad de ejes temáticos algunos especialistas recomiendan que lo primero que se tiene que realizar al momento de inaugurar un proceso investigativo es delimitar el campo temático, el cual es entendido como “el espacio mayor, en el marco de la comunicación, dentro del cual se situará la investigación que se plantea, es decir, si la comunicación es la generalidad, el campo temático es una sub/generalidad” (Torrigo, 1993: 81).

A partir de estas consideraciones teóricas señalar que la elección y delimitación del campo temático de la presente investigación es resultado de un proceso deductivo que considera a la comunicación social como el espacio analítico mayor o general y el consumo cultural de las redes sociales como el campo temático específico o particular que llega a constituir el ámbito concreto o específicos de la investigación.

1.2. Objeto de estudio

Con el propósito de precisar aún más este campo temático se ha procedido a construir el objeto de estudio, es decir, a determinar el espacio analítico de la presente investigación sobre la base de los siguientes parámetros o delimitaciones: temático, poblacional, geográfico y temporal. En función de estos parámetros y tomando en cuenta las siguientes delimitaciones se tiene:

- | | |
|----------------------------------|--|
| Delimitación temática: | Acceso y uso de la red social Facebook y prácticas educativas. |
| Delimitación poblacional: | Jóvenes universitarios de tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social |

Delimitación geográfica: Universidad Mayor de San Andrés

Delimitación temporal: 2014-2016.

A partir de estas cuatro delimitaciones señalar que el objeto de estudio hace referencia al “Acceso y uso de la red social Facebook en prácticas educativas de jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés: 2015-2016”.

En función de este objeto de estudio se ha efectuado un análisis de las características del acceso y uso de las NTICs, la red Internet y las redes sociales, en particular la red social Facebook en jóvenes universitarios.¹ Bajo esta directriz analítica interesaba conocer, por un lado, las características del acceso y uso de las redes sociales y el perfil del joven usuario y, por otro lado, cómo, para qué, por qué y qué piensan y sienten los jóvenes universitarios en relación al uso del Facebook principalmente en el contexto académico universitario.

1.3. Estado de la cuestión

El estado de la cuestión o el estado del arte hace referencia a un resumen breve y claro, y no así a una análisis exhaustivo, del material bibliográfico referido al área de estudio y el objeto de investigación (Barragán et al, 2001). A partir de esta conceptualización mencionar que en el presente acápite se presenta una descripción de los aportes teóricos y metodológicos más importantes de las investigaciones que han permitido construir el objeto de investigación. Si bien es evidente que estas investigaciones no son las únicas son aquellas a las que se ha podido tener acceso en función de los propósitos de la investigación.

Los principales ejes temáticos a partir de los cuales se ha construido el objeto de estudio están relacionados directamente con las Nuevas Tecnología de Comunicación e Información, la red Internet, las redes sociales, el Facebook y el consumo cultural. Con relación a estos temas a nivel global y regional existen numerosas investigaciones que analizan los procesos de constitución, emergencia, desarrollo, características, funciones, repercusiones e impacto. Sin embargo, puntualizar que a nivel nacional son pocas las investigaciones empíricas que han sido realizadas, particularmente se trata de algunos estudios de caso y diagnósticos institucionales.

En el caso de trabajos relacionados al análisis del consumo cultural señalar que bajo ciertas características este tipo de estudios se han proliferado tanto a nivel mundial como regional desde diferentes paradigmas teóricos y metodológicos. Al respecto, Mantecon (2002) señala que “los impulsos para el desarrollo de las investigaciones sobre consumo cultural han provenido fundamentalmente de tres ámbitos: instituciones gubernamentales de cultura, espacio e industrias culturales”.

En Latinoamérica, en la década de los "80", surgen trabajos importantes sobre el consumo cultural como son los realizados por Néstor García Canclini, Guillermo Sunkel, Jesús Martín-Barbero, Jorge Gonzales y Guillermo Orozco. A nivel nacional, son significativas las investigaciones realizadas por Erick Torrico, Gregorio Iriarte, Rigliana Portugal, Ingrid Steinbach, Karina Herrera e investigaciones impulsadas por el Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB).

¹ Bajo el concepto de “jóvenes universitarios” se engloba a universitarios tanto hombres como mujeres.

A nivel de la región, las principales investigaciones sobre consumo cultural se han realizado particularmente en México y especialmente realizados y coordinados por Néstor García Canclini, entre las cuales mencionar a “Públicos de arte y política cultural: Un estudio del II Festival de la Ciudad de México” (1991), “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica” (1993), “los nuevos espectadores: Cine, televisión y video en México” (1994) y “Cultura y comunicación en la ciudad de México. En el análisis sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales son también importantes los trabajos de Alejandro Grimson, Mirta Varela, Mabel Piccini, Rosa Matecón y Rossana Reguillo.

En Bolivia son muy pocos los trabajos existentes sobre el consumo cultural y la mayoría de ellos centraliza su análisis en los medios de comunicación e información, generalmente con un alcance local, situación que llama la atención en vista de que en el país se producen y reproducen una diversidad de consumos culturales.

Un estudio vinculado a los estudios culturales es el realizado por Yolanda Borrega (2006), bajo el título “Consumiendo cultura en Bolivia. ¿Qué ocurre con nuestros museos?”. En este estudio se afirma que como una de las características en este tipo de trabajos “predomina el desarrollo de investigaciones empíricas sobre las reflexiones teóricas”. En ese sentido especialmente García Canclini puede ser una de estas excepciones en el sentido que sí ha abordado de manera teórica los trabajos, así como otros autores como De la Peza, Iglesias y Piccini. Sin embargo, son más habituales los trabajos empíricos que los fundamentalmente teóricos” (Borrega, 2006). Según esta autora, en nuestro medio, vemos reproducida esta tendencia, puesto que sin un conocimiento más amplio acerca de los consumos culturales, no es posible plantear la problemática del consumo cultural a nivel teórico. Así, por ejemplo, en el país son los museos que muestran una preocupación por elaborar sus estadísticas diferenciando diversas categorías de público. Sólo se realiza una estadística con base en los visitantes que pagan su entrada, por tanto se distingue nacional y extranjero, así como mayor y menor de edad.

En este sentido, Borrega en su trabajo plantea ciertos parámetros teóricos que pueden ser útiles para acercar los estudios de consumos culturales a un público más amplio a través de la conceptualización de algunos conceptos claves como son: consumo, cultura, consumos culturales, mercancía, prácticas de consumo y cultura de masas.

Con relación a los procesos de constitución, emergencia, desarrollo, expansión e impacto de las Nuevas Tecnologías de Comunicación existe una amplia literatura desde diferentes ámbitos temáticos y campos disciplinarios. Al ser bastante ardua una revisión amplia de todos los trabajos realizados a continuación solamente se mencionan algunos de los más significativos para los propósitos de la investigación.

A nivel global, uno de los importantes estudios es el realizado por Manuel Castells (1996), quien introduce y profundiza la noción “sociedad de la Información”. En su estudio “La era de la información. Economía, sociedad y cultura”, editado en tres volúmenes y con 1.100 páginas, se propone “analizar el mundo surgido en las postrimerías del siglo XX, a partir de una serie de procesos inter-relacionados que constituyen una nueva era, la era de la información” (Castells, tomo I, p. 23).

Este autor utilizando información documental y datos estadísticos de diferentes países sostiene que la revolución tecnológica, la globalización de la economía y la emergencia de una nueva cultura han transformado la sociedad en todo el mundo, es decir, que la combinación entre económica, sociedad y cultura ha dado lugar a la conformación de la denominada “era de la información” y la emergencia de

la “sociedad red”. Al respecto, sostiene que “la emergencia de la sociedad red, expresada en la era de la sociedad red, es un fenómeno mundial”.²

Según este autor en la nueva sociedad globalizada es de suma importancia el conocimiento, la tecnología y la información que vendrían a ser nuevas fuentes de poder. En su estudio describe como se conforma las nuevas tecnologías de información y comunicación y el impacto que provocan en la economía, situación que da lugar a la conformación de la denominada “empresa red”. Además señala que estas transformaciones no solamente se da a nivel de empresas sino que también provocan importantes cambios en las modalidades de trabajo y empleo. Pero al margen de estos cambios económicos estas nuevas tecnologías también provocan serias modificaciones en la cultura, lo que implica que estos cambios tecnológicos no solo están modificando las condiciones de trabajo sino que a la vez están transformando las condiciones de los modos de vida.

Otro trabajo vinculado a los principales ejes temáticos del objeto de estudio es el realizado por el canadiense Don Tapscott (1998) bajo el título “Creciendo en un entorno digital. La generación Net”. Esta autor aplicando una metodología cualitativa realiza una serie de “conversaciones en red” con aproximadamente 300 niños, adolescentes y jóvenes cuyas edades fluctúan entre los 4 y 20 años de edad. En función de estas conversaciones analiza las características de lo que él denomina la “generación net” (niños, adolescentes y jóvenes) y cómo estos grupos poblacionales utilizan las TICs en el campo de la educación, el esparcimiento, el trabajo y la familia.

Entre sus hallazgos más importantes señala que los principales usuarios de las TICs son los grupos poblacionales más jóvenes y que este acceso y uso oscila entre aspectos positivos y negativos. Asimismo, concluye que los niños, adolescentes y jóvenes tienen sobre todo una visión positiva de las nuevas TICs, perspectiva que no es compartida por los adultos que han construido más bien una visión negativa de las TICs, situación que se explicaría por el desconocimiento que ellos tienen de los medios y recursos de las TICs.

A nivel regional, una de las últimas investigaciones realizadas sobre las NTICs es la efectuada por un conjunto de especialistas latinoamericanos bajo el título de “Cultura digital en América Latina. Investigación universitaria, educación y evangelización” (2012). Este trabajo, impulsado por la Red Informática de la Iglesia en América Latina, aglutina varias investigaciones realizadas por especialistas de un grupo de Facultades y Escuelas de Comunicación Social con el afán de dar a conocer el impacto que esta provocando la cultura digital en las sociedades de América Latina. En tal sentido, las investigaciones realizadas intentan resolver las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las transformaciones sociales y culturales dinamizadas por la revolución digital?; ¿Qué grupos de población han sido más afectados en sus diferentes dimensiones: psicológicas, económicas, políticas, antropológicas, cognoscitivas y emotivas?; ¿En qué aspectos de la educación se ha sentido con más intensidad la influencia del uso de los artefactos electrónicos?; ¿Qué características presentan los nativos digitales (menores de 35 años de edad)?; ¿Qué estrategias pedagógicas exigen las modernas tecnologías de información y comunicación?; ¿Cómo articular los procesos educativos y evangelizadores a las exigencias de la revolución digital?; ¿Cómo diseñar una estructura reticular que propicie una educación evangelizadora eficaz?; ¿Cómo se manifiesta la integración de las tecnologías en las prácticas sociales? y ¿Qué valores simbólicos condene los usuarios a las modernas tecnologías?

² La obra de Castells consta de tres volúmenes en la presente investigación sólo se toma como referencia el primer volumen que hace referencia a “La sociedad red”

Estas, entre otras, interrogantes son respondidas por investigadores de 10 países de las cuatro regiones del continente. En el caso boliviano, se tienen la investigación coordinada por Erick Torrico (2010) bajo el título de “La oferta comercial de las TIC y los usos de los adolescentes y jóvenes en las ciudades de La Paz y Santa Cruz, Bolivia”. El problema de investigación se expresa en la siguiente pregunta guía: ¿Cuáles son las características de la oferta comercial de TIC’s y cuáles son los usos que se hacen de las TIC’s los adolescentes (14 a 18 años) y jóvenes (19 a 25 años) en las ciudades de La Paz y Santa Cruz de la Sierra en los años 2010 y 2011). Para responder esta interrogante se recurre una metodología mixta que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, en términos de boleta de encuesta, observación participante, observación documental y entrevista.

Los resultados más importantes señalan que son principalmente los adolescentes y los jóvenes quienes han incorporado de manera creciente distintos recursos tecnológicos en los siguientes ámbitos de la vida cotidiana; relaciones sociales, entretenimiento, estudios y trabajo. Existiendo predilección por los teléfonos celulares y la Internet. Por otro lado, se concluye que la oferta comercial de las TIC’s está conformada en orden de importancia por teléfonos celulares computadoras (PCs, laptops y notebook), televisores LCD y accesorias, aunque también se ofrecen cámaras fotográficas, filmadoras y equipos de sonido (incluidos MP3, MP4 o iPod) a través de negocios formales e informales (Torrico, 2010: 34).

A nivel nacional, son pocos los estudios que se han realizado sobre el análisis de las características que presenta el acceso, uso e impacto de algunos recursos de las NTICs en términos de Internet, redes sociales y en particular el Facebook. Como bien lo expresa Torrico (2012), en el país solamente existen tres trabajos que de alguna manera abordan el temas de las NTICs, el estudio de Arratia et, al, (2006); el trabajo de la World Internet Project (2005) y el de CIES Internacional (2010).

A estos estudios mencionados por este autor se puede añadir otros trabajos entre los cuales se tiene al trabajo pionero de Iriarte (2000) que bajo el título de “Los juegos electrónicos y su impacto en nuestros niños y adolescentes” efectúa un estudio exploratorio sobre la asistencia de niños, adolescentes y jóvenes de ambos sexos de la ciudad de Cochabamba a los centros de juegos electrónicos llamado “tilines” tomando en cuenta las variables: número de asistentes, horarios, edades, costos y contenidos de los programas informáticos o video juegos. Este estudio a través de una metodología cuantitativa y sobre el análisis de 102 “tilines” y una muestra conformada por 976 personas entre niños, niñas, adolescentes y jóvenes, llega a establecer que la asistencia a estos juegos es más frecuente en la población en edad escolar, tanto de establecimientos fiscales como particulares. Asimismo, llega a comprobar que la asistencia a estos juegos es de “muchos días y horas” y que estos videos juegos tienen un contenido bastante violento. Según Iriarte (2000; 2), “el que juega se hace agresivo, Nadie quiere ser perdedor en la vida, Estos juegos llevan a un afán competitivo y disociado”, Asimismo, señala “la sobredosis de violencia internalizada les lleva a nuestros ingenuos jugadores a la reproducción de lo que han observado bajo las formas más sofisticadas de ejercer violencia contra los demás”

A través de esta realidad descrita y desde una visión bastante subjetiva “adultista” se habla de situaciones “impactantes y preocupantes” que sin lugar a dudas causan “serios daños psicológicos” e impiden “el desarrollo armónico de la personalidad” de los niños, En función de estos hallazgos se recomienda que padres de familia, directores, profesores y autoridades ejerzan un mayor control sobre los hijos en el uso del tiempo en clases, mecanismo de diversión y esparcimiento y salidas con sus compañeros.

Otro trabajo vinculado al uso específico de nuevas tecnologías de información y comunicación es el realizado por Ingrid Steinbach (2005), bajo el título de “Uso de las tecnologías de información y comunicación en las organizaciones agropecuarias del oriente boliviano”. Los propósitos de esta investigación buscan identificar “las características del uso de las tecnologías de información y comunicación en las organizaciones agropecuarias del oriente y a la vez determinar si este tipo de acceso y uso está transformando la gestión y los flujos de comunicación externa e interna de cada organización, la gestión y los flujos de la información y comunicación en la red de organizaciones y la frecuencia y calidad de la información y comunicación de las organizaciones con sus afiliados individuales” (Steinbach, 2005; 118).

Para alcanzar estos objetivos se estudian las siguientes variables “origen de incorporación de las TICs”, “características del uso” y el “tipo de acceso y uso de la tecnología”, en 13 de las 14 asociaciones agropecuarias cruceñas que son parte de la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO)”. A través de datos cuantitativos y cualitativos obtenidos a través de una encuesta y varias entrevistas dirigidas a “informantes clave” se llega a establecer que la mayoría de estas instituciones agropecuarias se han conectado a las TICs a través del Internet a partir del año de 1997. Sin embargo, se constata una subutilización de este medio debido a que no ha tenido una incidencia efectiva en la gestión de las organizaciones, ni en los procesos productivos y de comercialización y, por lo tanto, el impacto de su uso ha sido bastante limitado. Según la investigación esta realidad se explica por la falta de conocimiento de algunos recursos, aplicaciones y la falta de recursos técnicos y humanos. Asimismo, por la prevalencia en estas instituciones y en la lógica del empresariado de valores “tradicionales” frente a los “modernos”. Pero al margen de estas limitaciones se reconoce que las nuevas tecnologías de información y comunicación son importantes en la reducción del tiempo y el costo el uso del fax, el correo electrónico, la página Web y otros recursos que ofrecen las nuevas TICs. Por otro lado, también se llega a establecer que por la capacidad organizativa, económica, financiera, comercial, humana y técnica en cada institución agropecuaria se producen entre ellas ciertas “brechas digitales”.

Un otro trabajo vinculado al uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información, en particular la red Internet es el realizado por Cabrero (2005) bajo el título de “Periodismo digital en Bolivia”. Esta investigación se formula como problemas de investigación las siguientes interrogantes ¿Qué es la sociedad de la información? y ¿Va Bolivia por ese camino? Sin embargo, si bien el autor responde estas interrogantes en el trabajo pone mayor énfasis en la conceptualización del periodismo digital, el análisis del periodismo digital y su aplicación en el contexto nacional y la enseñanza del periodismo digital en la universidad boliviana.

A través de un análisis de algunos medios que han introducido algunas tecnologías digitales, Cabrero establece que el país ha ingresado lentamente a la sociedad de la información sobre todo a través de la difusión en la red Internet, de páginas digitales particulares, de ofertas de turismo e información pública difundida principalmente por el gobierno. En función de esta realidad recomienda que para dejar de ser un “simple consumidor de mensajes” el Estado boliviano tiene que jugar un rol muy activo y poner las nuevas TICs al servicio del desarrollo social, económico y político del país. Asimismo, expresa que esta situación quedaría incompleta “si es que los medios bolivianos no asumen el desafío histórico de concebir el periodismo digital como la oportunidad de clausurar esa ruta unidireccional de la información y abrir el nuevo canal interactivo y bidireccional, sustentado en el paradigma comunicacional que trajeron consigo las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación” Finalmente, esta autora habla de “una década de retraso en el periodismo digital” en vista de que son pocos los medios de comunicación que realizan ediciones digitales, la mayoría asume una posición conservadora y tradicional y prefiere mantener por separado el soporte papel, audio e

imagen. Por otro lado, hace referencia a que en el pensum de las carreras de comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés y la Universidad Católica Boliviana no existe la materia de periodismo digital.

Entre el 2005 y el 2006, dos investigaciones impulsadas por el Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) realizan un análisis sobre el consumo de los servicios que ofrecen las NTICs, en particular la red Internet, entre los jóvenes de tres zonas de la ciudad de Cochabamba. Ambas investigaciones recurren a una metodología cualitativa para indagar sobre los efectos que provoca el Internet en el universo simbólico, en términos de motivaciones, intereses y costumbres de los jóvenes de origen migrante que viven en algunas zonas urbano/populares de Cochabamba. Pero al margen de este carácter descriptivo de estas investigaciones se busca establecer las diferencias de propósito y uso que existen entre los colegiales cuyas edades fluctúan entre los 15 y 19 años y los estudiantes universitarios o trabajadores de 20 a 24 años. Asimismo, las diferencias que se establece en términos de género, es decir, hombres y mujeres.

La primera investigación coordinada por Uberhuaga et, al, (2005) bajo el título de “Entre lo colectivo y lo individual. El puente de transición de las identidades de los jóvenes en el uso de Internet”. Esta investigación se propone “analizar y comprender los cambios culturales que produce el uso de Internet en la cotidianidad de jóvenes mujeres y varones en tres populosos barrios ubicados al sudeste de la ciudad de Cochabamba, en cuanto a sus dinámicas colectivas e individuales de recreación, hábitos comunicativos y procesos de sociabilidad” (Uberhuaga et al, 2005: 1).

Para alcanzar los objetivos, los autores toman como unidad de observación a tres barrios periféricos de la zona sudeste de la ciudad de Cochabamba: Huayra K’asa, Valle Hermoso y Villa Pagador y como unidades de análisis, por un lado, jóvenes y adolescentes comprendidos entre los 15 y 24 años de edad y, por otro lado, espacios públicos donde se ofertan servicios de Internet. La metodología que se utiliza es cualitativa debido a que se recurre a la observación participante, las entrevistas en profundidad y la conformación de grupos focales, con el afán de identificar y analizar quiénes son los jóvenes que van al Internet, cuáles son sus motivaciones y cuáles son sus usos.

Si bien se trata de validar la hipótesis de que el uso de Internet está individualizando al joven a partir de una reconfiguración de sus características de vida y su comunidad, la investigación llega a comprobar que “el joven urbano popular no se está convirtiendo en un sujeto individualizado sino más bien transita entre un espacio colectivo e individual en función a su nivel de conocimiento y el desarrollo de habilidades para el uso de Internet, fuertemente marcados por el contexto sociocultural en el que se desenvuelve” (Uberhuaga et al, 2005: 1). También a nivel de conclusiones, se sostiene que el Internet ha dejado de ser una “moda” para convertirse en un elemento esencial de los hábitos comunicativos de los jóvenes, llegando inclusive a configurar una nueva visión del mundo. Se dice que el Internet está modificando substancialmente sus formas de comunicación, información y entretenimiento. Asimismo, que está dando lugar a la emergencia de nuevas formas de expresión e “identidades electrónicas” que discrepan de sus “identidades sociales”. A partir de estas realidades descritas se llega a identificar que existen “aspectos positivos y negativos en el uso de la red, dentro de la cual conviven al información y la desinformación” ((Uberhuaga et al, 2005: 24).

En función de estos hallazgos, entre otros, los investigadores recomiendan desarrollar una conciencia crítica sobre el uso del Internet, difundir mayor información sobre el uso adecuado del Internet, desarrollar programas educativos utilizando el Internet, promocionar páginas Web nacionales con contenidos regionales y locales y revalorizar y desarrollar el pensamiento crítico en los jóvenes, para fomentar su valoración personal, social y cultural.

Una investigación similar es la coordinada por Arratia (2006), bajo el título de “Jóvenes. Com. Internet en los barrios populares de Cochabamba”. Este trabajo para de los siguientes problemas de investigación: ¿Cómo es que las nuevas tecnologías se abren camino entre las calles de los barrios populares? y ¿Cómo es que el ciberespacio se ha popularizado tanto entre los jóvenes?. En función de estas interrogantes trata de analizar los cambios culturales producidos por el Internet, principalmente en relación a las dinámicas de recreación, formas de comunicación y vida cotidiana de los jóvenes (Arratia, et al, 2006: 6).

Al igual que la anterior investigación se adopta un enfoque cualitativo que toma como unidades de investigación, por un lado a jóvenes usuarios del Internet con edades que oscilan entre los 15 y 24 años de edad y por otro lado, los sitios de Internet que funcionan en los barrios de Huayra K’asa, Valle Hermoso y Villa Pagador. Como instrumentos de investigación se tiene a la boleta de encuesta, observación participante, entrevista en profundidad y formularios de autopercepción.

Entre los hallazgos más importantes se dice que el uso y apropiación de nuevas tecnologías de información y comunicación está provocando un conjunto de importantes transformaciones culturales. Según estos autores esta rápida tecnologización de la comunicación y la interacción social de los jóvenes los ubican en “el puente de la transición entre lo colectivo y lo individual”, a partir de un deterioro y un tránsito de las dinámicas colectivas de recreación habituales hacia nuevos espacios individualizados de entretenimiento e interacción comunicativa en función del uso de la red Internet. Asimismo, se dice que el acceso y uso del Internet también está provocando “la formación de nuevas identidades de los jóvenes que se recrean en espacios virtuales como nuevas formas de relacionarse entre ellos, por ejemplo, las comunidades virtuales de chat juvenil y las listas de e-mails que configuran un escenario donde tiene lugar una gama compleja de interrelaciones comunicativas y de creación de sentido bajo referentes socioculturales comunes” (Arratia, et al, 2006: 105).

Dentro del ámbito académico, particularmente universitarios se tiene la tesis de licenciatura realizada por Moreno (2010), bajo el título de “Consumo de servicios de Internet en locales públicos de la zona de ciudad satélite por parte de jóvenes y adolescentes”. Esta investigación se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son los factores precipitantes que explican y determinan el consumo de los servicios de Internet en jóvenes (19 a 24 años) y adolescentes (13 a 18 años) de la zona de Ciudad Satélite de El Alto y qué tipo de conocimientos, actitudes y prácticas genera ese tipo de consumo?.

Como principales objetivos se propone establecer los principales factores precipitantes que explican y determinan el consumo de servicios de Internet en jóvenes y adolescentes de la zona de Ciudad Satélite de la ciudad de El Alto, determinar los tipos de conocimiento que provoca el consumo de servicios de Internet en jóvenes y adolescentes de la zona de Ciudad Satélite de la ciudad de El Alto identificar las actitudes que estimula el consumo de servicios de Internet en jóvenes y adolescentes de la zona de Ciudad Satélite de la ciudad de El Alto y conocer las prácticas que genera el consumo de servicios de Internet en jóvenes y adolescentes de la zona de Ciudad Satélite de la ciudad de El Alto.

Para responder los problemas de investigación y alcanzar los objetivos propuestos se recurre a denominada “triangulación”, es decir, a la combinación de una metodología cuantitativa y cualitativa. En la parte cuantitativa, se aplica una boleta de encuesta a una muestra probabilística de 100 unidades de análisis. En cambio, en la parte cualitativa se desarrolla en una muestra no probabilística la observación participante y diferentes tipos de entrevistas e historias de caso. Como espacio de investigación, se tiene a Ciudad Satélite de la ciudad de El Alto, como unidad de observación a los

“sitios Internet” y como unidades de análisis a jóvenes y adolescentes de esta zona que concurren a los sitios Internet.

Los principales hallazgos de la investigación señalan que las características del consumo de servicios de Internet adquieren rasgos muy particulares a la diferenciación social, económica y cultural que prevalece en esta zona. Asimismo, los factores precipitantes que explican el uso del Internet no tienen una explicación “monocausal” sino más bien “multicausal” y que los niveles de conocimiento sobre los servicios de la red son bastante diferentes pero prevalece un conocimiento empírico que impide un uso eficiente y eficaz del Internet. Por otro lado, se comprueba que a diferencia de la “visión adulta” signada por una visión negativa, jóvenes y adolescentes consideran que la red Internet no es en sí “ni buena ni mala”, sino que la actitud que se adopta se relaciona con el uso y las necesidades y expectativas que logra satisfacer. Por último, se constata que jóvenes y adolescentes no tienden a desarrollar prácticas negativas vinculadas al uso del Internet, en términos de adicción, a la reproducción de prácticas violentas y a la visita de páginas pornográficas.

También en el ámbito académico se tiene la tesis de maestría realizada por Moreno (2013), bajo el título de “Las nuevas tecnologías de información y comunicación en la educación universitaria: el uso del internet en el área social de la universidad pública de El Alto”. Esta tesis se plantea los siguientes problemas de investigación ¿Cómo incide el uso del internet en el proceso de enseñanza/aprendizaje, qué tipo de prácticas sociales/educativas provoca, qué ventajas / desventajas educativas establece tanto en docentes como en estudiantes y a través de que elemento tecnológico se puede optimizar el proceso educativo en el Área Social de la Universidad Pública de El Alto? Con el afán de hallar respuestas a estas interrogantes se plantea una combinación entre la metodología cuantitativa y cualitativa. En la parte cuantitativa se aplica una boleta de encuesta a una muestra representativa conformada por 72 “docentes universitarios” y 108 “estudiantes universitarios” del Área Social de la Universidad Pública de El Alto. En cambio, en la parte cualitativa con algunas de las unidades de análisis se desarrolla una serie de entrevistas estructuradas, semiestructuradas e informales.

Los principales hallazgos de esta investigación expresan que en el uso del Internet en el Área Social, de la Universidad Pública de El Alto existen una serie de ventajas y desventajas tanto en docentes como en estudiantes. En ambos grupos poblacionales el Internet está modificando sus formas de educación, comunicación, información, entretenimiento, diversión y, a la vez, está provocando en su vida cotidiana una serie de nuevos conocimientos, actitudes y prácticas. Asimismo, se constata que la interacción de carreras y áreas que se produce dentro la UPEA, como las que dan en los demás ámbitos tecnológicos educativos, están impregnadas de una lógica de interconexión, de redes de relaciones. Esta nueva lógica interpela a docentes y estudiantes y exige el desarrollo de nuevas competencias educativas nuevas maneras de hacer, de pensar, de sentir, de actuar, de buscar, de construir los contenidos, los conocimientos y las relaciones mismas. A medida que las tecnologías se van incorporando en las actividades docentes, se hace más visible la conformación de un nuevo rol del docente, dejando de lado aquel monopolizador de conocimiento que los imparte en clases magistrales hacia roles menos verticales y compartiendo la horizontalidad en la educación (Moreno, 2013: 146). También se establece que el uso de las tecnologías de información y comunicación en las prácticas educativas universitarias no es masivo ni sigue un patón homogéneo. Por el contrario, existen usos diversos que permiten describir apropiaciones más o menos cuantitativas por parte de los docentes en sus prácticas (Moreno, 2013: 147).

A nivel de maestría, se tiene la tesis efectuada por Moreno (2015), bajo el título de “Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación y Educación Superior: El caso de la Carrera de la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto”. Esta tesis se plantea resolver

los siguientes problemas de investigación ¿Cómo influye el desarrollo de una cultura digital en el acceso y consumo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs), en el proceso enseñanza/aprendizaje y en la calidad educativa de la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto? En correspondencia con esta problema de investigación se plantea como objetivo general: Establecer la influencia de la cultura digital en el acceso y consumo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs), en el proceso enseñanza/aprendizaje y en la calidad educativa de la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto.

De este objetivo general se desprenden los siguientes objetivos específicos: Establecer la influencia de la cultura digital en el acceso y el consumo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs), tanto en docentes como estudiantes de la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto; Elaborar un diagnóstico sobre la implementación de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs), en el proceso enseñanza/aprendizaje de la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto; Proponer la implementación de la materia Tecnología y Sociedad para que posibilite que tanto docentes como estudiantes desarrollen una cultura digital en el proceso enseñanza/aprendizaje de la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto y Determinar cuáles son los indicadores de la calidad educativa que pueden tener una influencia positiva con la implementación de la materia Tecnología y Sociedad en la Carrera de Ciencias del Desarrollo de la Universidad Pública de El Alto.

Para alcanzar estos objetivos se toma como unidad de observación la Universidad Pública de El Alto y como unidades de análisis a docentes y estudiantes de esta Casa Superior de Estudios. Se trata de una investigación “descriptiva/explicativa” que combina la metodología cuantitativa y cualitativa. Al interior de esta “bidimensionalidad metodológica” se desarrollan técnicas correspondientes a cada enfoque. Se obtienen datos cuantitativos a través de la aplicación de una boleta de encuesta y datos cualitativos mediante aplicación de guías de entrevistas y el desarrollo de grupos focales (Moreno, 2015).

Los hallazgos más importantes señalan que la carencia de una cultura digital determina que las tecnologías disponibles no estén siendo incorporadas en el proceso enseñanza/aprendizaje en términos de procesos de creación, intercambio, circulación y socialización de contenidos propios. En tal sentido se continuaría reproduciendo un sistema tradicional de enseñanza/aprendizaje, repetitivo, mecánico y memorístico. Esta carencia de “competencias tecnológicas” se produciría tanto en docentes como en estudiantes de ahí que ambos estamentos coinciden en señalar que es “vital” la incorporación de asignaturas relacionadas al conocimiento teórico y práctico de algunos recursos de las NTICs. En tal sentido la propuesta de esta tesis consiste en incorporar una materia “Tecnología y Sociedad” con el afán de incidir positivamente en algunos indicadores de la calidad educativa en términos de Satisfacción de los estudiantes; Producto educativo; Recursos didácticos; Innovación educativa e Impacto social.

Con relación a los trabajos institucionales realizados sobre las NTICs se tienen dos estudios que a través de una metodología cuantitativa muestran promedios, porcentajes y tendencias que prevalecen en el uso y consumo de algunos recursos de las NTICs. El primero es realizado por el Worl Internet Project (WIP) y el segundo por la empresa CIES Internacional.

El Worl Internet Project (WIP) es una institución que realiza, anualmente y de forma coordinada con cada país participante, estudios sobre los efectos de Internet y otras tecnologías de comunicación asociadas a través de una metodología común que permite conocer los hábitos y tendencias de la población con respecto a las tecnologías vinculadas a la red Internet y repercusiones en ámbitos

económicos, políticos, sociales y culturales.³ En el caso boliviano, esta institución en el Reporte Anual de 2005, bajo el título Bolivia en la era digital. Una aproximación a la situación del uso de la Internet en Bolivia, señala que a pesar de existir ciertas dificultades geográficas, económicas y culturales en el acceso a la red Internet su evolución es importante y promisoría. Señala que la mayoría de los bolivianos aun consideran que la Internet no tendría un gran impacto en su rendimiento laboral y que son los jóvenes los que más utilizan la Internet sobre todo para actividades de recreación y no tanto así para actividades académicas. Asimismo, informa que la red Internet se constituye para los bolivianos en la tercera forma de comunicación o adquirir información importante.

Un segundo trabajo institucional vinculado al tema de las NTICs, es el realizado en el año 2010 por la empresa CIES Internacional. Este estudio con relación a las “posibilidades y hábitos de acceso a los servicios que ofrece la red Internet”, tomando como referencia una muestra representativa conformada por 515 personas de las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra, señala que la gente de La Paz y El Alto es la que más navega por la red Internet.⁴ Asimismo, revela que de las 515 personas encuestadas, 359 personas no cuentan con una conexión domiciliaria de la red y que 156 tienen acceso al servicio en sus hogares. Por otro lado, expresa que el índice más bajo de conexión domiciliaria a Internet se registra en la ciudad de El Alto, con un 2.3%, la sigue la ciudad de La Paz con el 18.2%, Santa Cruz de la Sierra con el 25% y el registro más alto de conexión domiciliaria a Internet lo registra la ciudad de Cochabamba con un 38.1%. En contraste, El Alto es la urbe que tiene mayor registro de gente que se conecta a la red desde locales públicos. También se informa que de 43 personas consultadas, 37 tienen acceso al Internet a través de los llamados “cibercafés”, en términos relativos esto significa que sólo el 14% de las personas encuestadas cuenta con este servicio en su domicilio y el 86% accede a la red desde locales públicos, oficinas o instituciones educativas.⁵

Un último trabajo revisado y que está estrechamente vinculado con el objeto de estudio es el realizado por Terrazas e Ibarra (2013), con el título de “Estrategia de integración de las tecnologías de información y la comunicación en el sistema de educación en los municipios de La Paz y El Alto”. Este trabajo se plantea los siguientes problemas de investigación ¿Qué impacto tienen las Tic´s en los procesos de enseñanza /aprendizaje en el colegio y universidad en los Municipios de La Paz y El Alto?, ¿En qué medida desde la perspectiva cualitativa y cuantitativa el estudiante ha mejorado su rendimientos escolar y académico a partir del uso de las Tic´s?, ¿Cuáles son sus limitantes y oportunidades han influido y si esto permite entender o definir una nueva forma de relacionamiento y aprendizaje en el hecho educativo?.

A partir de las respuestas obtenidas se trata de elaborar un diagnóstico acerca del impacto de las Tic´s en estudiantes escolares y universitarios alteños y paceños y en base a este diagnóstico diseñar una estrategia de integración de las Tic´s en la educación municipal. Para tal cometido los investigadores combinan una metodología cuantitativa y cualitativa. En la parte cuantitativa han aplicado una boleta de encuesta a una muestra conformada por estudiantes de cuatro colegios de las ciudades de La Paz y El Alto y por universitarios de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y de la Universidad Pública de El Alto (UPEA). En cambio, en la parte cualitativa se realizaron varias entrevistas y conformaron grupos focales con docentes y estudiantes de las unidades educativas mencionadas con el afán de compartir y debatir ideas sobre la aplicación de las Tic´s en el campo educativo.

³ Es una empresa internacional vinculada al sector de Internet, Media y Entretenimiento.

⁴ La Razón, 16.09.10.

Los resultados obtenidos informan que en estudiantes, docentes, operadores de políticas públicas y toda la sociedad civil necesita de las Tic's. A partir de esta constatación empírica se sostiene que en el ámbito educativo es imprescindible el uso de las Tic's y que se debe aprovechar sus potencialidades. Asimismo, concluyen señalando que las Tic's pueden contribuir a modificar el rol de los docentes y los paradigmas educativos. En tal sentido, por la importancia de las Tic's en el campo educativo es necesario que el Estado elabore políticas públicas sobre la base de la importancia de las Tic's en el proceso enseñanza/aprendizaje.

La revisión de estos estudios mencionados que si bien no tienen una relación directa con el acceso y uso de las redes sociales desde la perspectiva del consumo cultural, sino más bien tienen una mayor vinculación con un análisis de las NTICs proporciona ciertos elementos que necesariamente se deben tomar en cuenta al momento de la construcción de referentes teóricos, metodológicos y empíricos para el desarrollo de la presente investigación.

En el caso específico de las redes sociales y en particular la red social Facebook se tienen varias investigaciones que se han realizado en diferentes países de la región. Por ejemplo, se tiene el trabajo de Gálvez y Calderón (2010), bajo el título de "Jóvenes chilenos y redes sociales virtuales. ¿Oportunidades para la participación y la creación" y el efectuado por Ortega et, al, (2010), con el título "El impacto de las Nuevas tecnologías en la cultura comunicativa de jóvenes universitarios de la República de Panamá".

En la primera investigación, se analiza a través de una metodología cualitativa "los usos y las formas de comunicación, participación y creación que generan a través del Facebook un grupos de adolescentes y jóvenes chilenos". Se constata que los principales usuarios del Facebook son los jóvenes y adolescentes a través de un contacto casi habitual y que para ellos se constituye en un principal "espacio virtual" que les permite comunicarse e identificarse con sus pares. Usan el Facebook para actualizar su perfil y compartir fotos, mensajes, música y otras necesidades de expresión. De esta manera, se sostiene, que los jóvenes y adolescentes van construyendo y expresando su propia identidad. Sin embargo, se señala que a pesar de que el Facebook es una valiosa herramienta para la participación y la generación de contenidos, no es utilizada con estos propósitos por la población joven que simplemente se remiten al rol de "receptor". Al respecto, se sostiene la población joven sobre todo por falta de "conocimiento" y "formación" sólo utilizan el Facebook en su sentido básico de comunicación y entretenimiento.

En la segunda investigación, a partir de una metodología mixta, lo cuantitativo y lo cualitativo, se describe el nivel de importancia que le otorgan los estudiantes panameños a cada herramienta de las NTICs, los tipos de acceso y usos dados al Internet, el tipo de relaciones que establecen, frecuencia de uso y número de contactos que mantienen en las redes sociales y consumo y uso de los teléfonos celulares. En el caso específico de las redes sociales se sostiene que la preferida es el Facebook la cual es utiliza en orden de importancia, para comunicarse con amigos y luego con compañeros de la universidad y familiares. Sin embargo, se aclara que los usuarios tienen bastante cuidado al momento de agregar a personas desconocidas a su perfil personal. Asimismo, se informa que los usuarios de esta red sobre todo buscan compartir triunfos y logros personales y que el uso de esta red social es "casi todos los días".

En el ámbito nacional, con relación a las redes sociales se tiene los diferentes artículos que hacen a la Revista de la Cátedra Libre elaborada por la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social bajo el título de "Redes Sociales y Política". Este trabajo es resultado de un trabajo colectivo de estudiantes y

el docente de la materia de Investigación en Comunicación y tuvo como principal objetivo el de analizar la importancia y el papel que juegan algunos recursos de las NTICs en el accionar político. Al respecto, se sostiene “que el internet y las redes sociales son el nuevo espacio de circulación de la política y están desplazando a la prensa, radio y televisión en el debate público, además de constituirse en una herramienta impresionante para el desarrollo de los pueblos” (UMSA, 2012).

En este trabajo se analiza las características del servicio del Internet en Bolivia y el uso de las redes sociales en el ámbito de la política. A partir de este análisis se concluye que el servicio del Internet en el país es uno de los más lentos y caros de América Latina y que es necesario promover su masificación para alentar la democracia y el desarrollo. Asimismo, se expresa la necesidad de educar a la gente, desde la escuela hasta la universidad, en el uso del internet y las redes sociales para evitar distorsiones y alineaciones y ampliar horizontes emancipatorios (UMSA, 2012).

Uno de los últimos estudios realizados sobre las redes sociales en Bolivia es el realizado por Mamani, Gutiérrez y Vaca (2014), con el título “Generación WiFi, Facebook, Twitter y You Tube: espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes de Santa Cruz de la Sierra”. Este trabajo auspiciado por el Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) se plantea como preguntas de investigación las siguientes interrogantes, ¿cómo satisfacen los jóvenes de Santa Cruz de la Sierra su necesidad de participación y libertad? ¿Cómo satisfacen los jóvenes sus necesidades de ocio? ¿Cómo se configuran los hiperespacios sociales? ¿Hay diferencias por tipos de distrito? ¿Hay diferencias por tipo de usuario digital? ¿Cuál es la dinámica de jóvenes organizados? ¿Cuáles suelen ser sus formas de incidencia desde las redes? ¿Cuáles son sus hábitos informívoros ahora en esta era digital? ¿Ejercen sus derechos cuando están en las redes sociales? ¿Aprovechan la red como un espacio de relajación, diversión o creatividad?

Los investigadores señalan que para responder estas interrogantes se ha optado por una metodología cualitativa que temporalmente abarca los años 2007 y 2014 y toma como herramientas a las redes sociales Facebook, Twitter y You Tube (Mamani, Gutiérrez y Vaca (2014: 5). Asimismo, señalan que para el estudio se han sistematizado cinco casos que han constatado la “existencia de una juventud comprometida, entusiasta y participativa, que utiliza las redes sociales para promover, sensibilizar y trabajar por las causas que son de su preocupación: 1) Manzana Uno, rechazo a los afanes políticos de desalojar del centro de la ciudad a un histórico edificio conocido como la Manzana, Uno 2) Telefonía Tigo, protesta frente a la modificación del plan tarifario Internet Total 3) Terracor III, polémica por el sacrificio de perros y gatos frente a la sospecha de rabia canina, 4) Apoyo a la Marcha del TIPNIS frente a las agresiones que sufrieron los indígenas en su marcha rumbo a la ciudad de La Paz y 5) Revolución Jigote que se refiere a un campaña de formación para un cambio de actitud y de trato hacia los demás.

En cada uno de estos casos se ha tomado como base de datos la información por las entrevistas abiertas en profundidad con informantes claves de estos movimientos ciudadanos, la observación de las comunidades virtuales y la revisión hemerográfica de la cobertura que los medios escritos han brindado a la causas y su acontecer digital (Mamani, Gutiérrez y Vaca (2014: 8). Se tiene como población definida de la investigación a hombres y mujeres cuyas edades fluctúan entre los 16 y 28 años de edad y que usan Facebook, Twitter y/o You Tube y que tienen lugar de residencia en alguno de los 12 distritos municipales que conforman la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

Las principales conclusiones a las que arriba la investigación señalan que “la población joven a partir del uso de las redes sociales digitales, está construyendo una nueva forma de hacer ciudad, tomando distancia del adultocentrismo, el paternalismo y las jerarquías”. Asimismo, se expresa que el Facebook

es el recurso digital que se convierte en el principal medio de los jóvenes para satisfacer ciertas necesidades, principalmente vinculadas a la participación, la libertad y el ocio. Se dice que los jóvenes acceden al Facebook, en orden de importancia, desde sus teléfonos celulares, computadoras personales y espacios públicos. Sin embargo, se sostiene que el uso del Facebook es diferenciado en función de las condiciones de acceso, conocimientos de la plataforma, apropiación de la red e intereses personales. Estos aspectos solo o interrelacionados dan lugar a diferentes interacciones que se dan en las redes sociales, las mismas que transitan desde las pasivas hasta las activas.

1.4. Problematización

El problema de investigación se constituye en un aspecto desconocido que se expresa en una interrogante relacionada a la determinación del campo temático y la construcción del objeto de estudio. Para su identificación, caracterización, planteamiento y formulación se requiere, por un lado, de una amplia revisión bibliográfica sobre los principales ejes temáticos y, por otro lado, de una aproximación empírica preliminar la unidad de análisis y las unidades de análisis involucradas en el objeto de estudio. El resultado de ambos procesos, tanto teóricos como empíricos, se detalla a continuación en la siguiente problematización.

En principio puntualizar que históricamente las formas de comunicación e información han venido y vienen transformándose paulatina y continuamente en función del tiempo y el espacio. Dichas transformaciones se relacionan directamente con el desarrollo de las fuerzas productivas que se expresa principalmente en la denominada tecnología. Al respecto, se señala que en la historia de la humanidad se ha producido tres grandes revoluciones tecnológicas, es decir, cambios profundos que han posibilitado que la incorporación de nuevas tecnologías afecte drásticamente el desenvolvimiento de la vida humana.

Según algunos autores la primera revolución tecnológica que cambió radicalmente la forma de vivir de los humanos se produjo hace 12 años con la revolución agrícola a través del cultivo de la tierra. El segundo cambio vino con la revolución industrial que se produjo en el siglo XVII con la invención de las máquinas y los motores y la tercera revolución está vinculada al desarrollo de la informática que transformo las nociones del tiempo y el espacio. En el campo específico de la comunicación se habla de cuatro grandes revoluciones, la primera vinculada a la aparición de la imprenta, la segunda a la invención del telégrafo, la tercera vinculada a la aparición de la fotografía y la cuarta relacionada al desarrollo de la informática.

En el contexto histórico social de la última revolución tecnológica basada en el desarrollo de las computadoras y los microprocesadores surgen las denominadas Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información (NTICs) que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones. Estas NTICs permiten el acceso, el consumo, la producción, el tratamiento, la recolección y la comunicación de información presentada bajo diferentes códigos tanto escritos como audiovisuales.

El contacto cotidiano de la población con medios, recursos y servicios de las NTICs se produce a través del acceso y uso de ciertos dispositivos que sirven para informar, comunicar, entretener o divertir. Debido a ello, es ya lugar común percibir tanto en espacios públicos como en ámbitos privados el consumo habitual de dichos recursos mediante teléfonos celulares, ordenadores o computadoras, Internet, televisores de última generación, reproductores de audio y video, i-pod, tablets, laptops, notebooks, CDs, DVDs, videocámaras, video juegos, USBs y otros recursos que contienen alta y avanzada tecnología (Torrico, 2012 y Moreno, 2015).

Se dice que el ordenador o la computadora y la red Internet son los elementos más significativos al interior de las NTICs. En efecto, la computadora como máquina electrónica que permite procesar información, guardar datos y establecer procesos de comunicación e información se ha convertido en parte integrante de la vida cotidiana de miles de personas en todo el mundo. Siendo utilizado en diferentes áreas vinculadas, entre otras, a la ciencia, el trabajo, los negocios, la industria, la salud, la educación y la familia. La conexión de un grupo de computadoras a través de los cables de la red ha dado lugar a la conformación del Internet, es decir, a una red de computadoras que comparten información unas con otras por medio de páginas o sitios Web.

Los servicios que ofrece el Internet se hallan vinculados a comunicación, información y esparcimiento., siendo uno de los servicios más utilizados las redes sociales que son “sitios Web que posibilitan a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y a la vez compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, relaciones comerciales, etc.” Se sabe de la existencia de alrededor de 119 redes sociales siendo una de las más importantes la red social Facebook que fue creado originalmente para “fomentar las redes universitarias y que luego se amplió para incluir a los estudiantes de secundaria, profesionales y, finalmente, a todos los usuarios potenciales de Internet”.

La oferta, acceso y consumo extendido de las NTICs ha dado lugar a la conformación de la “era de la información” o la “sociedad red” y la vez ha dado paso a un determinado “modo de vida” o una suerte de “cultura digital” que se relaciona con la industria cultural de la producción, distribución, circulación y consumo de estos medios tecnológicos y el acceso, uso, apropiación e interconectividad de los usuarios con estas nuevas tecnologías. En el contexto de esta cultura digital, el consumo casi habitual de aparatos, recursos, medios y servicios de las NTICs está provocando profundos en la sociedad en su conjunto en términos de cambios sociales, económicos, políticos, culturales e ideológicos. Asimismo, está generando nuevos hábitos, prácticas y usos sociales, nuevas formas cognoscitivas y socioafectivas, nuevas subjetividades y sensibilidades, nuevas necesidades y expectativas y a la vez nuevas formas de comunicación, esparcimiento e información.

Este acceso y consumo de las NTICs se constituye en un fenómeno global que involucra a casi todos los miembros de una sociedad, independientemente de la edad, el sexo, la etnia, la clase, el status, el nivel de vida y denominada la brecha digital. Sin embargo, se advierte que los principales usuarios de varios dispositivos de las NTICs son los más jóvenes (Don Tapscott, 1998, Castells, 2000, Fajnzylber, 2003 y Morduchowicz, 2003).

Al ser los jóvenes los principales usuarios de las redes sociales resulta importante tratar de descubrir y describir el nivel de importancia que le dan los jóvenes universitarios a las diferentes herramientas de la red social, los tipos de acceso y uso que le proporcionan y cómo la utilizan en sus cotidianas prácticas sociales y educativas. Estas realidades descritas en relación a las NTICs, la red Internet, las redes sociales y la red social Facebook y el acceso y consumo por parte de las poblaciones más jóvenes en sus diferentes ámbitos y prácticas cotidianas generan diversas situaciones problemáticas que expresan realidades desconocidas que en términos metodológicos se puede expresar en el siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las características del **acceso y uso** de la red social Facebook y qué tipo de **prácticas educativas** desarrollan los jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés a partir de este tipo de **consumo cultural**?

1.5. Operacionalización de variables

En vista de que la metodología corresponde a un enfoque mixto que recurre a técnicas cuantitativas y cualitativas, es válido hablar de conceptos y de categorías. Asimismo, de operacionalización de variables o categorización de categorías. Siguiendo la metodología propuesta por Lazarfeld y Boudon (1974), solo por cuestiones metodológicas a continuación se efectúa una suerte de operacionalización de variables que permite el tránsito de los conceptos desde su dimensión teórica hacia su dimensión empírica a partir de la construcción de variables, dimensiones e indicadores.

Cuadro N° 1
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Concepto	Definición	Dimensiones	
Acceso	Aproximación, entrada, camino o ingreso a un sitio.	Accesibilidad geográfica Accesibilidad económica Accesibilidad física Accesibilidad cultural	Domicilio, celular, laptop Trabajo, universidad, Wi Fi Muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo
Uso	Empleo habitual o continuo de algo.	Frecuencia de uso Finalidades de uso Habilidad de uso	Conocimiento de Facebook Días, horas Servicios utilizados Comportamientos
Prácticas Educativas	Toda acción o modo de acción que se desarrolla en el contexto educativo	Divulgación de información Colaboración efectiva Nuevos conocimientos Conformación de grupos Relación e interacción social Generaciones contenidos	Informes, trabajos mensajes, prácticas, evaluaciones, exámenes bibliotecas virtuales, sitios web
Consumo Cultural	Apropiación y uso de algo al que se atribuye un valor simbólico	Valor económico Valor simbólico	Muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo Siempre, casi siempre, a veces, nunca

1.6. Objetivos

En función de la formulación de estos problemas de investigación los propósitos que se buscan alcanzar con el desarrollo de la investigación se desglosan en un objetivo general, del cual se derivan tres objetivos específicos.

1.6.1. Objetivo general

Establecer las características del **consumo cultural** de la red social Facebook y el tipo de **prácticas educativas** que desarrollan los jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

1.6.2. Objetivos específicos

Describir las características del **acceso y uso** de la red social Facebook en jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

Señalar el tipo de **prácticas educativas** que desarrollan a partir del acceso y uso del Facebook los jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

1.7. Justificación

La justificación o el porqué de la presente investigación responden a cuestiones teóricas, metodológicas y empíricas.

Entre las cuestiones teóricas mencionar que a nivel global y regional existen varios trabajos que analizan la conformación, características, expansión e impacto de las NTICs tanto en sociedades desarrolladas como en sociedades subdesarrolladas. Asimismo, existe una amplia literatura sobre cada uno de sus recursos, principalmente de la red Internet y de las redes sociales que son objeto de análisis desde diferentes perspectivas históricas, económicas, psicológicas, sociales, educativas políticas, culturales y comunicacionales. Sin embargo, a nivel nacional los estudios realizados sobre estos temas son escasos, en particular aquellos relacionados al uso de las NTICs en el ámbito universitario y son casi inexistentes los trabajos que analizan la red social Facebook y su acceso y uso por parte de jóvenes universitarios, lo que da lugar a ciertos vacíos o lagunas teóricas. Esta realidad es una de las cuestiones que justifica el trabajo que tiene el afán de superar esta insuficiencia teórica y de abordar campos que aún no han sido investigados. Es importante saber cómo, para qué y qué consecuencias provoca el uso de las redes sociales en los jóvenes en este caso universitarios tanto en el contexto académico como en el ámbito cotidiano.

Entre las cuestiones metodológicas señalar que la mayoría de las investigaciones realizadas sobre el uso de las NTICs en la educación superior universitaria responden básicamente a un enfoque metodológico cuantitativo, donde prevalece el análisis estadístico y cuantitativo. Con la presente investigación sin negar el valor de las investigaciones cuantitativas se enfatiza en el enfoque cualitativo, lo que implica que básicamente se busca saber qué piensan, qué sienten y qué hacen los usuarios de la red social Facebook, principalmente en el ámbito educativo universitario.

Entre las razones prácticas mencionar que se espera que los resultados obtenidos puedan servir para abrir nuevos campos de investigación y a la vez servir de “insumo” para el desarrollo de ciertos proyectos o programas educativos relacionados con el uso apropiado de las redes sociales por parte de jóvenes universitarios.

1.8. Diseño metodológico

Pineda et al (1994: 77), señalan que en una investigación el diseño metodológico es la descripción de ¿cómo se va a realizar la investigación? Según estos autores la respuesta a esta interrogante se halla determinada por los siguientes aspectos metodológicos: el enfoque teórico, el tipo de estudio, la población y muestra, los métodos, las técnicas, los instrumentos de recolección de datos y el modelo o plan de análisis.

1.8.1. Enfoque teórico

El abordaje teórico de la investigación está relacionado al enfoque comunicacional del consumo cultural en vista de que se trata de analizar los “procesos de apropiación y usos de productos culturales cuyo valor simbólico se aprecia prioritariamente” (Canclini, 1993). El desarrollo de este enfoque

teórico se basa en los argumentos teóricos y metodológicos desarrollados por Néstor García Canclini (1993, 1996, 1999) y Guillermo Sunkel (1999, 2004), entre otros autores.

Según este enfoque el consumo ha dejado de ser un proceso puramente económico, pues en la sociedad contemporánea se constituye también en un hecho cultural, es decir, bajo el sistema económico capitalista el consumo al margen de ser un proceso económico utilitario es igualmente un proceso sociocultural que implica una serie de símbolos y signos culturales. Desde esta perspectiva, los teóricos del consumo cultural señalan que en las sociedades modernas el consumo es un proceso y una práctica cultural que no puede analizarse al margen de su dimensión simbólica, es decir, sin saber qué sienten y qué piensan las personas al consumir determinado bien o servicio. Como bien lo expresa Canclini y Sunkel el consumo cultural engloba ciertos símbolos, signos, ideas y valores que son resultado de las condicionantes de clase y de los hábitos, en tal sentido interesa saber no solamente qué se compra, cuanto, cuándo y dónde sino también qué se sienta y se piensa al comprar y consumir determinado bien o servicio.

El consumo cultural se presenta como el enfoque teórico más adecuado para el abordaje de la relación entre NTICs, red Internet, redes sociales y Facebook y prácticas educativas en tanto que puede proporcionar un marco de interpretación y comprensión acerca de lo que los jóvenes universitarios producen y reproducen a partir del acceso y uso de ciertos dispositivos tecnológicos en el ámbito de la educación superior universitaria, particularmente en el proceso “enseñanza/aprendizaje”. Pensar estas realidades a partir del consumo cultural implica un abordaje integral que fusiona no solamente aspectos comunicacionales sino también psicológicos, sociológicos y culturales.

1.8.2. Tipo de estudio

Se trata de una investigación “no experimental” en vista de que no se intenta deliberadamente manipular las variables investigadas, estas se observan y describen tal cual se presentan en su contexto natural. Es de “tipo descriptivo/interpretativo” porque se busca detallar las características del acceso y uso de la red social Facebook y el desarrollo de ciertas prácticas educativas por parte de los jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, Asimismo, es de “carácter transversal” en vista de que la información y los datos empíricos serán obtenidos en un tiempo único sin considerar la variable “tiempo” en el análisis de las variables investigadas.

1.8.3. Delimitación espacial

Se tiene como unidad de observación a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Mayor de San Andrés de la ciudad de La Paz. Esta delimitación espacial se justifica por la presencia de los siguientes factores: las experiencias personales, la posibilidad de implementar la “observación participante”, la accesibilidad a diferentes fuentes de datos e información y, a la vez, la colaboración efectiva que se puede obtener de autoridades, docentes y jóvenes universitarios de la Carrera.

Se eligió la Carrera Ciencias de la Comunicación Social porque se considera que en particular sus docentes, estudiantes y a la vez su formación académica y desempeño profesional se hallan muy fuertemente relacionados a la implementación y las transformaciones que han provocado y vienen provocando las NTICs en los procesos de comunicación e información.

1.8.4. Población y muestra

Para elaborar un plan de muestreo se debe tomar en cuenta la unidad de observación, las unidades de análisis y las variables investigadas. Se toma como unidad de observación a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y como unidades de análisis a los jóvenes universitarios del tercer año en vista de que las redes sociales tienen como principales usuarios a la población más joven. Según estudios realizados las redes sociales se constituyen en el recurso de la red internet más utilizado por este grupo poblacional (Tapscott, 1998, Castells, 2000 y Fajnzylber, 2003). Al respecto, señalar que se trata de jóvenes universitarios que dentro de la tipología de los usuarios digitales se adscriben en las categorías de “nativos digitales” y “migrantes digitales”, esta tipología se basa en el hecho de nacieron antes o cuando ya funcionaba en el país la red Internet.

Cuadro N° 2
MARCO MUESTRAL

Unidad de observación	Unidad de análisis	Variables
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Mayor de San Andrés	Jóvenes universitarios de ambos sexos del tercer año.	“Acceso” “Uso” “Prácticas educativas” “Consumo cultural”

En función de estos dos elementos señalar que el universo poblacional está conformado por todas las unidades de análisis que cumplen dos criterios básicos: ser estudiante de tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés y ser usuario habitual de la red social Facebook. Para establecer el tamaño de este universo poblacional se ha tomado en cuenta los datos proporcionados por la oficina de kardex en relación a la matriculación universitaria en la gestión académica 2016. A través de esta información estadística se sabe que para esta gestión académica 2016 el número de matriculados en el tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social alcanza a 676 jóvenes universitarios de ambos sexos, de los cuales 304 son mujeres y 272 hombres.

En función de este universo población y el carácter mixto de la investigación se ha procedido a extraer dos tipos de muestras “no probabilísticas”. En la parte cuantitativa, mediante el paquete estadístico STATS TM v 2.0 y considerando un error máximo aceptable del 6%, un intervalo de confianza de 12 y un nivel deseado de confianza del 96%, se obtuvo una muestra representativa conformada por 60 jóvenes universitarios de ambos sexos que por cuestiones operativas fue distribuida de manera equitativa entre hombres y mujeres. Una vez que se determinó el tamaño de la muestra y con el propósito de elegir a estas 60 unidades de análisis se ha procedido a desarrollar un muestreo estratificado “no probabilístico por cuotas” seleccionado a las unidades de análisis en función de determinadas variables y siguiendo algunos criterios identificados para los propósitos del estudio (Pineda et al, 1994: 119 y Moreno et al, 2013: 226).

En cambio, relacionada a la metodología cualitativa, también se obtuvo una muestra no probabilística de tipo estratificada e intencionada y para la selección de las unidades de análisis se utilizó un “muestreo de casos típicos”, seleccionado “informantes clave” con el propósito de identificar qué es lo normal o usual que se hace en determinado grupo y a la vez tratando de incluir un número de unidades de análisis con la mayor representatividad posible en términos de edad, sexo, estado civil y origen

social.⁶ Dentro de la selección de unidades de análisis se privilegió a “informantes clave” como ser dirigentes universitarios y administradores de grupos sociales del Facebook. Esta segunda muestra obtenida de manera teórica e intencional estuvo conformada por 20 jóvenes universitarios, 10 hombres y 10 mujeres con quienes se desarrollan una serie de entrevistas y realizaron tres grupos focales. La selección de esta segunda muestra tuvo la intención de subsanar, ampliar y profundizar la información obtenida a través de la primera muestra.

**Cuadro N° 3
POBLACIÓN Y MUESTRA
ESTRATOS**

Estrato	Sexo	Jóvenes universitarios		
		Población	Muestra	Muestra real
Estrato I	Hombres	272	28.3333	30
Estrato II	Mujeres	304	31.6666	30
Totales		676	69.999	60

Fuente: Elaboración propia

1.8.5. Métodos, técnicas e instrumentos

La investigación se desarrolló en dos dimensiones: una dimensión teórica y la otra empírica. La dimensión teórica supuso el desarrollo de un proceso de investigación documental utilizando los métodos de investigación teórica sobre fuentes secundarias de información. En cambio, la dimensión empírica supuso el desarrollo de un trabajo de campo sobre fuentes de información primarias, recurriendo a los métodos de investigación empírica (Rodríguez et al, 1984)

Entre los métodos de investigación teórica que permiten establecer conexiones causales y relaciones entre las variables investigadas se tiene: el análisis y la síntesis, la inducción y la deducción y lo abstracto y lo concreto.

Una explicación más detallada de la aplicación de los métodos de investigación teórica resulta ser la siguiente: El método del **análisis** y la **síntesis** se ha utilizado para elaborar el planteamiento del problema que implica una caracterización de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, la red Internet, las redes sociales y la red social Facebook. Asimismo, este método del análisis y la síntesis ha permitido la caracterización del enfoque teórico del consumo cultural desarrollado por García Canclini y Guillermo Sunkel.

La **concreción** y la **abstracción** es utilizada para la elaboración del marco teórico y conceptual en vista de que se hace abstracción de realidades concretas a partir de los denominados “conceptos eje o centrales”, como ser “acceso”, “uso”, “consumo cultural”, “red social”, “prácticas sociales” y “prácticas “educativas”.

Con relación a la **deducción** y la **inducción**, expresar que en una primera instancia para delimitar el campo temático y construir el objeto de estudio se ha aplicado el método deductivo, en vista de que se ha transitado de lo general a lo particular y en una segunda instancia se va a utilizar el método inductivo para el análisis y la interpretación de los resultados cuantitativos de la boleta de encuesta en vista de que se recorrerá de un análisis de lo particular para llegar a lo general.

⁶ El muestreo no probabilístico de tipo estratificado intencionado consiste en seleccionar no de manera aleatoria sino de modo intencional ciertas unidades de análisis según determinada característica.

Entre los métodos de investigación empírica que van a posibilitar identificar, obtener, revelar y explorar características observables de las variables investigadas se tiene a la observación y la medición. Se aplicarán dos tipos de observación: directa e indirecta.⁷ La observación indirecta será a través de un proceso de investigación documental que permitirá revisar material bibliográfico en particular sobre las NTICs, las redes sociales, el Facebook, el consumo cultural y las prácticas sociales y educativas. En cambio, la observación directa implica el desarrollo del trabajo de campo a través de la aplicación de un “método combinado” que establece una convergencia lógica y coherente entre lo cuantitativo y lo cualitativo (Campos, 2011).

La selección del “método mixto” está en función de los argumentos teóricos de Ortega (2007) que plantean que para estudiar el consumo de bienes culturales es necesario un análisis bidimensional que transite desde lo cuantitativo hasta lo cualitativo, es decir, valerse de elementos cuantitativos y cualitativos. Esta combinación metodológica responde a la necesidad de enriquecer el análisis de los resultados obtenidos logrando una descripción e interpretación más sistemática no solamente de elementos visibles sino también de elementos simbólicos.

En la parte cuantitativa, se recurre a la técnica de la encuesta que consiste en una consulta tipificada aplicada individualmente a cierto número de personas elegidas de forma estadística sobre la base de un plan de muestreo. El propósito de la encuesta es “medir” algunas variables de base y de conducta, es decir, obtener datos cuantitativos para establecer el “perfil de los usuarios” de la red social Facebook, las “características de su acceso y uso” y su “implementación en prácticas educativas”.

Para poder establecer un perfil de los usuarios, las características del acceso y uso del Facebook y la implementación en prácticas educativas se confeccionó una boleta de encuesta que contiene aspectos relativos a:

a. Aspectos socio demográficos

- Sexo
- Edad
- Estado civil
- Origen social
- Lugar de residencia
- Ocupación laboral

b. Aspectos vinculados al acceso y uso del NTICs, redes sociales y Facebook

- Accesibilidad a recursos tecnológicos
- Frecuencia de uso de recursos tecnológicos
- Objetivos de uso de recursos tecnológicos
- Ventajas y desventajas del uso de recursos tecnológicos

⁷ El proceso de observación que posibilita recabar información por medio de la percepción visual de hechos, cosas, sistemas, personas, organizaciones e instituciones se materializa a través de la llamada observación documental y la observación de campo. La primera implica recoger datos e información de cualquier documento escrito en términos de libros, periódicos, folletos, revistas, diccionarios y todo material impreso (fuentes secundarias). En cambio, la segunda supone recoger y obtener datos e información en el lugar mismo de los hechos (fuentes primarias). En todo caso a partir de la denominada observación directa (observación de campo) e indirecta (observación documental) es posible la aprehensión de fenómenos fácticos y simbólicos.

c. Aspectos vinculados al acceso y uso del Facebook en prácticas educativas

- Uso del Facebook en prácticas educativas
- Frecuencia de uso del Facebook en prácticas educativas
- Objetivos del uso del Facebook en prácticas educativas
- Ventajas y desventajas del Facebook en prácticas educativas
- Visión sobre el Facebook en prácticas educativas

En cambio, en la parte cualitativa se utilizaron dos técnicas cualitativas principales: entrevistas y grupos focales con el propósito de explorar y analizar el universo simbólico que rodea a las prácticas educativas que desarrollan los usuarios de la red social Facebook.⁸, es decir, abordar lo que “sienten y piensan” los usuarios en torno al acceso y uso de esta red social y su implementación en prácticas educativas.

Para obtener esta información sobre qué sienten y qué piensa los jóvenes universitarios usuarios sobre el acceso y uso de la red social Facebook se realizaron una serie de entrevistas estructuradas, semiestructuradas e informales, es decir, se efectuaron conversaciones entre “entrevistador” y “entrevistados”, sobre la base de un formulario con preguntas breves, claras y comprensibles acerca de cómo y para qué utilizan el Facebook en sus prácticas educativas en términos de aspectos negativos y positivos y ventajas y desventajas que provoca.⁹

Para profundizar temas bastante sensibles como el “uso inadecuado”, la “violencia digital” y el “contacto con desconocidos” a través del Facebook se recurrió a la conformación de los grupos focales que es una técnica muy importante de la investigación cualitativa y que demandan la conformación de un grupo artificial con el propósito de profundizar en los aspectos subjetivos de un problema, proceso o acontecimiento (USAID, 1996: 10). En este marco, señalar que se efectuaron tres grupos focales conformados cada uno de ellos por 8 jóvenes universitarios que utilizan cotidianamente el Facebook, uno de solo varones, otro solo de mujeres y el otro conformado por hombres y mujeres.

En correspondencia con el “método mixto” como principal instrumento de la parte cuantitativa se utilizará una “boleta de encuesta” aplicada a una muestra representativa conformada por estudiantes universitarios del segundo año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. En cambio, en la parte cualitativa se tiene como principales instrumentos el “cuestionario” y la “guía de temas de discusión”.

⁸ Los usuarios en este caso son los jóvenes universitarios del segundo año de la Carrera de Comunicación Social, Universidad Mayor de San Andrés

⁹ La entrevista **semiestructurada** que enfoca uno o varios temas con precisión a través de un esquema de preguntas. La entrevista **informal** que se aplican en cualquier momento y lugar, sin utilizar una guía anticipada siendo resultado de un encuentro casual.

Cuadro N° 4
MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Método	Técnicas	Instrumento	Instrumento de Análisis
Análisis y Síntesis Inductivo	Encuesta	Boleta de encuesta	Análisis estadístico Programa SPSS
Análisis y Síntesis Inductivo	Entrevistas estructuradas, semiestructuradas e informales	Guía del cuestionario	Análisis de contenido Programa ATLAS Ti
	Grupos focales	Guía de temas de discusión	

1.9. Validación de los instrumentos

En correspondencia con el enfoque metodológico “mixto” que contempla tanto lo cuantitativo como lo cualitativo se tiene como principales instrumentos la boleta de encuesta, la guía de preguntas para el desarrollo de las entrevistas y los grupos focales. Considerando que estos instrumentos para su aplicación empírica debe cumplir dos requisitos básicos: la validez y confiabilidad expresar que para la validación de los mismos se procedió a desarrollar los siguientes pasos:

- En una “submuestra” se realizó una “prueba piloto” con el afán de afinar ciertas variables en la boleta de encuesta y la guía de entrevistas y grupos focales.
- A partir de esta “prueba piloto” se elaboró en forma definitiva la boleta de encuesta tomando en cuenta para algunas variables la denominada escala de Likert¹⁰ y a la vez se diseñó la guía de entrevistas estructuradas, semiestructuradas e informales.
- Se revisó la información cuantitativa y cualitativa obtenida para ver si existían algunos errores.
- Se codificó y vació la información cuantitativa y cualitativa en una base de datos, en la parte cuantitativa en el programa estadístico SPSS y en la parte cualitativa en el paquete informático ATLAS Ti.

1.10. Etapas de la investigación

Para responder los problemas de investigación y alcanzar los objetivos propuestos se ha adoptado una estrategia de investigación que responde al enfoque metodológico denominado “mixto”. El desarrollo de este enfoque mixto que combina lo cuantitativo y lo cualitativo está en función del desarrollo de las siguientes etapas.

La primera etapa, tuvo un carácter básicamente “exploratorio/descriptivo” que ha consistido en la recopilación y sistematización de la “información secundaria” en relación a las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, la red internet, las redes sociales, las prácticas educativas y el consumo cultural. Toda esta información fue recopilada, organizada y sistematizada a través de un proceso de

¹⁰ Se dice que en una escala de medición de actitudes no interesa propiamente la opinión o el conjunto de palabras que expresa la persona. Lo que en realidad importa es la actitud de quién opina. La escala de medición de actitudes analiza los pensamientos y sentimientos de la persona hacia los hechos ya especificados.

“investigación documental” en función de la revisión de libros, textos, revistas, artículos, periódicos u otros tipos de materiales impresos relacionados a los principales ejes temáticos que hacen el objeto de estudio.

La segunda etapa, estuvo relacionada a la recopilación de “información primaria” obtenida a través de la observación participante y la aplicación de los instrumentos cuantitativos y cualitativos, es decir, la aplicación de la boleta de encuesta y el desarrollo de una serie de entrevistas estructuradas, semiestructuradas e informales y la conformación de grupos focales para establecer qué sienten y qué piensan el joven universitario con relación al consumo cultural de la red social Facebook y su aplicación en prácticas educativas.

La tercera etapa, tuvo un carácter “analítico/interpretativo” de la información primaria y secundaria obtenida. A partir de la operacionalización y/o categorización de algunas variables y/o categorías de análisis se recurrió a algunos paquetes informáticos para efectivizar esta etapa. En función de este análisis e interpretación de los datos teóricos y empíricos se procedió a responder los problemas de investigación planteados y concretizar los objetivos propuestos.

1.11. Fundamentación teórica

Torrigo (2004) señala que desde el punto de vista analítico, la comunicación no es sino una de las dimensiones de la realidad social, la misma que puede ser abordada desde diferentes matrices sociales o paradigmas (teorías generales), abordajes teóricos (teorías particulares) y enfoques teóricos (teorías específicas). Esto implica que la comunicación puede ser abordada desde diferentes miradas como ser el funcionalismo, el marxismo, el estructuralismo o el sistemismo. Asimismo, a partir de las miradas teóricas de la recepción crítica, las mediaciones, los estudios culturales, los frentes culturales, las representaciones sociales y el consumo cultural.

1.11.1. Consumo cultural

Debido a que el objeto de estudio de la presente investigación vincula el acceso y consumo de las NTICs, la red Internet, las redes sociales y el Facebook resulta necesario establecer ciertas reflexiones teóricas y conceptuales. El abordaje teórico de la investigación está vinculado al enfoque comunicacional del “consumo cultural”, en vista de que se trata de analizar “procesos de apropiación y usos de productos culturales cuyo valor simbólico se aprecia prioritariamente”.

Ante de sistematizar el concepto de consumo cultural es necesario señalar que esta realidad se constituye en el principal objeto de estudio de los llamados “Estudios Culturales”. Se entiende por “estudios culturales a una tradición de estudios, focalizados en la relación entre medios de comunicación y cultura popular, que surge a mediados de los 60 en Inglaterra como reacción, por una lado, al conservadurismo del funcionalismo y, por otro, al exceso de determinismo economicista de la economía política basada en el marxismo. Los estudios culturales no son una teoría, sino más bien un campo de estudios de temáticas similares”.¹¹

Según Zapata (2005: 100), estos estudios plantean un nuevo tipo de conocimiento de la comunicación en las sociedades, “proponiendo alternativas al proceso “emisión/recepción”, tanto al funcionalismo sustentado en el rol que los medios cumplen sobre el individuo o grupos expuestos, como al pensamiento marxista que centró su atención en la coacción ideológica; perspectivas ambas que

¹¹ Disponible en fouce.net/Docencia/Curso_estudios_culturales.htm

unilateralizaron las relaciones entre medios y sujetos”. A decir, de Orozco (2000) citado por Guardia (2005), “este modelo a su vez se inscribe dentro de otro mayor conocido como el de “la mediación”, y hasta como “paradigma de la mediación” que ha servido de sustento para diversas investigaciones que vinculan ámbitos complejos, como culturas populares, identidad, comunicación, educación y desarrollo social.

En el marco de los denominados estudios culturales se advierte que el concepto de “consumo cultural” adquiere enorme importancia para comprender las sociedades modernas, en particular el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación. En relación a las investigaciones sobre el consumo cultural señalar que estas son realizadas principalmente por universidades, centros de investigación y especialistas particulares. Este tipo de investigaciones establecen una estrecha relación con el análisis de las audiencias y el accionar de las denominadas industrias culturales.

Según XXXX (2015), las principales características de los estudios sobre el consumo cultural son las siguientes: Se desarrollan vinculando la comunicación y la cultura, predomina el desarrollo de investigaciones empíricas sobre las reflexiones teóricas, desarrollo de la investigación individual y grupal así como de perspectivas multidisciplinarias y recuperación de varias de las dimensiones políticas del consumo cultural que habían sido descuidadas con su actual vinculación al tema de la ciudadanía cultural.

Según Guardia (2005: 107), los estudios culturales han demostrado que se trata de teorías que ayudan a comprender de manera más adecuada la complejidad de los procesos de producción de sentido, en contexto de la vida cotidiana a través de su aplicación en objetos diversos de comunicación, en estudios de la vida cotidiana e identidad, en estudios de recepción y en estudios de comunicación y educación.

Desagregando estos cuatro tipos de usos señala que los estudios culturales en el campo de la investigación comunicacional han permitido: vincular el análisis de la comunicación social con la cultura, la identidad, la vida cotidiana y los objetos culturales. Asimismo, constatar de que los receptores son activos y que su vida cotidiana le permite reanalizar los mensajes de la comunicación masiva e inclusive de la propia realidad circundante. Además de incluir recursos comunicacionales en el aula y cuando se desarrollan las capacidades decodificadoras de los receptores de medios y mensajes masivos.

Si bien en Latinoamérica entre los principales exponentes de esta “nueva forma de ver a la comunicación que desplaza el concepto de dominación para asumir el de hegemonía, es decir, el paso de la mera imposición al de la negociación, figuran Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco” (Zapata, 2005: 100), solamente por cuestiones metodológicas se ha visto por conveniente tomar en cuenta las argumentaciones teóricas y metodológicas del argentino Néstor García Canclini y el chileno Guillermo Sunkel. En tal sentido señala que a nivel latinoamericano, para entender el denominado enfoque teórico del "consumo cultural" es necesario hacer referencia a dos estudios: “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica” de Néstor García Canclini (1993) y “El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación”, a cargo del Guillermo Sunkel (1999). Al respecto, Lozano (1996: 193), puntualiza que ambos autores, Canclini y Sunkel, se ubican al interior de los enfoques críticos sobre la recepción en particular en el enfoque del consumo cultural.

García Canclini (1999), en su trabajo “El consumo cultural: una propuesta teórica” establece una diferenciación conceptual entre consumo y consumo cultural. Canclini sostiene que el consumo tiene

una connotación sobre todo económica. En cambio, afirma que el concepto de consumo cultural se halla vinculado a la noción de cultura. A partir de ello, expone una definición inicial del consumo como un "conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos dos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (García Canclini, 1993: 89).

Antes de establecer la definición de consumo García Canclini, establece 6 modelos de consumo, los cuales son: 1) El consumo como lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital, 2) el consumo como lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social, 3) el consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos, 4) el consumo como sistema de integración y comunicación, 5) el consumo como escenario de objetivación de los deseos y 6) el consumo como proceso ritual (Citado en Sunkel, 1999: 24-25 y Lozano, 1996: 2002).

Para García Canclini (1993: 32), estos seis modelos propuestos son necesarios para explicar ciertos aspectos de cualquier tipo de consumo "ninguno es autosuficiente y, sin embargo, aún es difícil establecer principios teóricos y metodológicos transversales que los combinen", es decir, explican cualquier tipo de consumo pero no necesariamente el consumo cultural. A partir de esta argumentación teórica y metodológica, sostiene que para definir el consumo cultural es necesario incorporar el concepto de cultura.

En relación a este concepto sostiene que no existe una definición única sino que prevalecen diferentes significados que entran en debate teórico y metodológico. Sin embargo, él entiende a la cultura como "el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas". Además señala que es conveniente reducir el término de cultura a "la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social".

A partir de la incorporación de la noción de cultura sostiene que "el consumo cultural no es un consumo diferente de cualquier mercancía. Es más bien el mismo consumo, pero desde la dimensión de la cultura. Viene a ser el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico, más allá de su valor operativo y utilitario, prevalece sobre los valores de uso y cambio. O donde al menos estos últimos se configuren subordinados a la dimensión simbólica".

Masa adelante puntualiza que esta definición de consumo cultural permite incluir no sólo el consumo de bienes materiales sino también de aspectos simbólicos como los programas de televisión, los discursos políticos y marcas de productos. Sin embargo, aclara que este consumo no es "pasivo" sino que intervienen aspectos de aceptación o rechazo, negociación o refuncionalización de acuerdo al tipo de cultura en el cual el individuo se desenvuelve.

Sunkel (1999: 24), en su trabajo "El consumo cultural en América Latina", si bien plantea estar de acuerdo con la definición propuesta por García Canclini en relación al concepto de consumo cultural, considera que es necesario un replanteamiento teórico y metodológico. Por un lado, teórico porque aún no existe un modelo capaz de explicar los procesos de consumo cultural en vista de que son regulados por variables económicas, políticas y simbólicas y, por otro lado, metodológico porque no existe una metodología privilegiada para su abordaje teórico. Con relación a este punto metodológico sugiere que el estudio del consumo cultural se aleje de la confrontación entre lo cualitativo y cuantitativo a través de una complementariedad de ambos enfoques metodológicos.

Este autor define al consumo cultural como "como una práctica cultural que se manifiesta tanto en la apropiación y usos de todo tipo de mercancías y no sólo en los llamados 'bienes culturales'". (Sunkel, 1999; 26) Asimismo, señala que en Latinoamérica la importancia del estudio del consumo cultural es producto de dos desplazamientos teóricos y metodológicos: "El primero es el paso del estudio del mensaje como estructura a la recepción crítica y el segundo paso consiste en el desplazamiento del análisis ideológico del mensaje por la llamada recepción crítica" (Sunkel, 1999: 15-17)

Se advierte que García Canclini (1993) y Guillermo Sunkel (1999) que en el análisis del consumo cultural incorporan la antropología social en el ámbito de la comunicación, vinculando el análisis a procesos culturales amplios y posiciones conceptuales complejas e interdisciplinarias, en particular tratando de explicar teórica y empíricamente la recepción de la comunicación de masas a través del concepto de consumo cultural. Al respecto, se sostiene que tanto Sunkel como García Canclini proponen "una teoría sociocultural del consumo integrando teorías económicas, psicoanalíticas, antropológicas, sociológicas y comunicacionales (Lozano, 1996: 199). Bajo esta directriz analítica, sostienen que en las sociedades modernas, el consumo es un proceso y una práctica cultural y, por lo tanto, no puede ser analizado dejando de lado la dimensión simbólica del mismo. En tal sentido se plantea que el consumo cultural se constituye en un proceso social que supone no únicamente un proceso económico utilitario sino básicamente símbolos y signos culturales. Como bien lo puntualiza Lozano (1996: 200) "para Canclini, la mejor forma de analizar los procesos de recepción de la comunicación de masas es a través del concepto de consumo cultural.

En la perspectiva analítica de ambos autores, la importancia de introducir el concepto de "cultura" en los estudios de comunicación social radica en el hecho de que siempre hay diferencias de significación entre la producción y la recepción del mensaje. Así, por ejemplo, la cultura entendida como el modo de vida que prevalece en un determinado grupo social en términos de "significados" y "prácticas", puede determinar el éxito o el fracaso de una campaña publicitaria o del consumo de un determinado bien o servicio.

1.11.2. Modelos teóricos sobre el consumo cultural

García Canclini (1993), tomando en cuenta lógicas y/o racionalidades económicas, sociales, políticas, comunicativas y culturales, plantea seis modelos teóricos sobre el consumo cultural:

- El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital (Racionalidad económica).
- El consumo es el lugar donde las clases y grupos compiten por la apropiación del producto social, lugar de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo (Racionalidad sociopolítica).
- El consumo es el lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos (Racionalidad cultural).
- El consumo como sistema de integración y comunicación, de intercambio de significados entre los diferentes grupos sociales (Racionalidad comunicativa).
- Escenario de objetivación de deseos (Racionalidad social)

- Proceso ritual, a través del cual la sociedad hace explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general cree valioso (Racionalidad cultural)

Según Canclini estos seis modelos, pero aclara que ninguno es autosuficiente, son útiles para analizar la manera en que determinados grupos sociales usan y se apropian de todo tipo de productos culturales que aparecen en los medios de comunicación.

Al margen de esta tipología de modelos sobre el consumo cultural, la propuesta teórica de Canclini también incluye la conceptualización del “público”, al que aborda como “...una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos por el mercado. Sobre todo en las sociedades complejas, donde la oferta cultural es muy heterogénea, coexisten varios estilos de recepción y comprensión, formados en relaciones dispares con bienes procedentes de tradiciones cultas, populares y masivas. Esta heterogeneidad se acentúa en las sociedades latinoamericanas por la convivencia de temporalidades históricas distintas...” (Canclini, 1990: 142).

A partir de esta conceptualización, Canclini sostiene que el consumo de los mensajes de los medios de comunicación no es homogéneo sino que es bastante heterogéneo en función de los “públicos” que se dividen en una gran número de grupos diferenciados a partir de variables sociales, económicas, demográficas y culturales. A decir de Lozano (1996:2000) “cada grupo, a pesar de las diferencias geográfica entre sus miembros, interactúa de cierta manera con ciertos tipos de mensajes de los medios: las personas van ubicándose en ciertos gustos musicales y en modos divergentes de elaboración sensible según las brechas generacionales, las distancias económicas y educativas”. A partir de estas apreciaciones sobre los públicos se sostiene que el consumo de ciertos bienes se convierte en un recurso simbólico que expresa status, diferencias de clase y pertenencia a ciertos grupos.

1.12. Reflexiones conceptuales

Los problemas de investigación que expresan situaciones desconocidas se formulan a través conceptos “centrales” o conceptos “eje” que designan de manera clara, específica y definida, hechos, fenómenos o procesos. Bajo este marco y para evitar ambigüedades existe la necesidad de la definición “formal o conceptual” de dichos conceptos no sólo como un ejercicio intelectual sino por cuestiones teóricas y por razones prácticas. Esto implica expresar la naturaleza general de un objeto, hecho, fenómeno o proceso social (Rodríguez, et al, 1987).

1.12.1. Comunicación

Etimológicamente el término de comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común". De allí que comunicar, significa transmitir ideas, palabras y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone el uso de un código de comunicación compartido.¹² El Diccionario de la Real Academia Española asigna diferentes significados a la palabra comunicación. “Entre ellas puede citarse, como principal definición, aunque algo carente de profundidad en cuanto a contenido, que la comunicación es la acción o efecto de comunicarse. Otra acepción define comunicación como el trato o correspondencia entre dos o más personas. Sin embargo, la tercera acepción es aquella sobre la cual vale la pena hacer mención. Ésta hace referencia a la comunicación como la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”.

¹² clasev.net/v2/mod/resource/view.php?id=2604

Beltrán (2007: 72), señala que “los intentos para definir a la comunicación se pueden remontar hasta Aristóteles, quien vio a la “retórica” compuesta de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, y percibió su propósito como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Más adelante puntualiza que “siglos más tarde, y habiendo muchas mentes en el trabajo sobre el asunto, esta definición clásica parece permanecer, sin embargo, en las raíces de casi todas las conceptualizaciones vigentes”.

Ezequiel Ander-Egg (1987: 62), define a la comunicación como “un proceso de transmisión de signos, señales o símbolos de cualquier clase entre personas”. Este autor considera a la comunicación como “una relación entre individuos encaminada a la transmisión de significados mediante el empleo del lenguaje, la mímica, los ademanes, las actitudes, etc. En esta interacción, ambas partes actúan como emisores y receptores de mensajes”.

Beltrán (1974), señala que la “comunicación es un proceso de intercambio social (democrático), basado en el uso de sistemas simbólicos. Por el cual los seres humanos intercambian, en plan dialógico (y equitativo), sus experiencias afectivas y cognoscitivas (y de actitud), influyendo recíprocamente en su conducta con diversos fines”. Para este autor la “comunicación es un proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación”

Barbero (1987: 33) sostiene que “la comunicación debe ser vista como un proceso social integrado en las prácticas culturales de la vida cotidiana, con todas las consecuencias contextuales que esto implica. La consecuencia lógica de ese raciocinio es que la investigación de la comunicación masiva está inserta en la investigación cultural”.

Toro y Rodríguez (2001), sostienen que “la comunicación como un momento constitutivo de la producción cultural, en cuanto los procesos comunicativos, sistemáticos o no, al hacer circular, competir y colectivizar sentidos, concepciones y significados, contribuyen a transformar los conocimientos, las actitudes y los valores frente a la vida. Se entiende aquí lo cultural como el conjunto de procesos de producción colectiva de sentido, de significaciones y concepciones representadas en formas simbólicas, con las cuales los hombres y las mujeres comunican, perpetúan y desarrollan, transforman, su conocimiento, sus actitudes y valores frente a la vida en todas sus esferas. La comunicación en sí misma es vacía, es decir, no tiene contenido propio”.

Carrasco (2007), señala desde una posición crítica que Erick Torrico propone que “la comunicación, término que proviene de las voces latinas “commune facere o cummunis”, que quiere decir “hacer o poner en común” o “lo que es común”, respectivamente, debería ser entendida como el acto de compartir sin reservas. Y este ideal de comunicación solo puede tener lugar cuando el comportamiento del primer emisor es de revelación, no tanto de comunicar como comunicarse, y del receptor es de fe, de confianza”.

1.12.2. Información

El origen etimológico de la palabra información proviene del latín de “informatio”, “onis” que, a su vez procede del verbo informare cuyo significado es dar forma a la mente, “instruir”, “enseñar” De

acuerdo con su significado etimológico se puede considerar como el concepto original de este vocablo a la acción y el efecto de instruir, enseñar a la mente.¹³

El Diccionario de la Real Academia Española asigna ocho diferentes significados a la palabra información, interesa aquellos significados que la vinculan, por un lado, con la comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada y, por otro lado, con los conocimientos comunicados o adquiridos mediante una información.

Nosedá (1972), señala que la información es sólo una transcripción unilateral del empuje de un emisor a un receptor.

Ezequiel Ander-Egg (1988), conceptualiza a la información como el acto que facilita datos e información referida a la situación de una persona, institución, grupo social, hecho, fenómeno o proceso social.

Rivadeneira (1994: 54), sostiene que la “información, nos lleva a presenciar el fenómeno del flujo informativo, es decir, el amplio repertorio de mensajes de que disponemos y entre los cuales elegimos él o los mensajes que nos interesan. Se lo conoce también como el proceso de transferencia de datos con destinatario y parte de la incertidumbre que rodea el receptor con relación a una circunstancia determinada”

Calasich (2008), citando a Paoli (2002: 15) señala que “la información es entendida como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción”. Ese conjunto de mecanismos hacen referencia a procedimientos de organización y sistematización de datos de la realidad, cuyo propósito es otorgar significado y sentido específicos a objetos, sujetos o fenómenos de modo que pueden ser generados, procesados e integrados como conocimiento de la realidad en el pensamiento humano. Con este significado se vincula información y conocimiento.

1.12.3. Comunicación e Información

Beltrán (2009), sostiene que confusión entre comunicación e información es producto de los esquemas tradicionales que definen a la comunicación como simple transmisión de información. Al respecto, Nosedá citado por Beltrán (2007: 77), sostiene “la comunicación no es un acto sino un proceso por el cual una individualidad entra en cooperación mental con otra hasta que ambas llegan a constituir una conciencia común. La información es, por el contrario, sólo una transcripción unilateral del empuje de un Emisor a un Receptor. La irradiación de mensajes sin retorno de diálogo, proveniente de informantes centralizados, no puede identificarse con la co/actividad intersubjetiva que es la comunicación”.

Rowac, Rosengren y Sigurd, citados por Beltrán (2007: 77) señalan que “si comunicarse se refiere a un proceso bilateral que tiene elementos tanto emocionales como cognoscitivos y que ocurre en forma verbal así como no verbal. Informar, por otra parte, se refiere a un proceso unilateral de comunicación verbal predominante dirigido hacia el conocimiento”.

¹³ <http://quees.la/informacion/>

A pesar de la estrecha relación que existe entre comunicación e información, señalar que ambos conceptos no significan lo mismo. Un documento de la Fundación UNIR Bolivia (2010), sostiene que se entiende a la “información” como el hecho de dar a conocer algo y a la “comunicación” como el hecho de establecer una interacción para lograr la comprensión mutua. En tal sentido, al “información” tienen como rasgo principal la unidireccionalidad y la predominancia de quien emite sobre quien recibe. En cambio, la “comunicación” es más bien bidireccionalidad y aspira al balance entre sus participantes, que alternan sus roles en la emisión y la recepción y se vinculan con un propósito compartido. Este mismo documento expresa que la “información” no solo proviene de los medios de comunicación masivos sino también se genera e intercambian a través de las personas.

Con la emergencia de las NTICs se están dando importantes cambios no solo en las formas de comunicación e información sino también en diferentes dimensiones sociales, políticas, económicas y culturales de la sociedad. Así, por ejemplo, se ha modificado el sentido entre emisor y receptor no por una dimensión política sino sobre todo por una dimensión tecnológica. Al respecto, Jordán (2008: 83), señala “los medios que permiten la comunicación entre colectivos confieren a los usuarios un poder que antes no tenían: el poder de crear, publicar, emitir y debatir sus propios puntos de vista. Los lectores de prensa, oyentes de radios y telespectadores eran consumidores, pero los públicos de internet son “usuarios” con poderes propios”

1.12.4. Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación

Arratia et al (2006:20) definen a las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTICs) como “aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir la información de manera instantánea, y constituyen, por lo tanto, la base sobre la cual se construye la sociedad de la información. Éstas son el resultado de una cultura tecnológica mediatizada y artificializada que representa una “realidad virtual” y una digitalización ilimitada”.

Angulo (2004: 152), señala que “las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs) representan una serie de instrumentos que se aplican como apoyo al intercambio de información y que facilitan la comunicación entre personas y organizaciones. Las NTICs incluyen, en sus nuevos soportes tecnológicos y nuevas perspectivas, la radio, la televisión, el teléfono, y también los sistemas de computación, entre otros. Dentro de estos medios de información y comunicación, la red mundial de computadoras, Internet, cuenta con un potencial enorme”.

Castells (2014), define a las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs) como “una serie de aplicaciones de descubrimientos científicos cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información”

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), concibe a las NTICs como “algo más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras mediante una red. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión, como televisión y radio, puesto que no sólo dan cuenta de la divulgación de información, sino que además permiten una comunicación interactiva”¹⁴

La Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO), señala que las NTICs tienen “la capacidad de remodelar y transformar profundamente los modos en que la

¹⁴ Asociación Latinoamericana de Integración, Secretaría General. La brecha digital y sus repercusiones en los países miembros de la ALADI. Estudio 157. en: <http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/inicio2004>

gente organiza su vida, interactúa con otras personas y participa en los diferentes ámbitos de la sociedad. Estas tecnologías son el cimiento de un cambio radical que, desde las definiciones industriales/postindustriales de desarrollo, dará origen a un nuevo paradigma basado en el modelo de las sociedades de la información. Este cambio traerá consigo la redefinición de los mundos del trabajo, el aprendizaje y la investigación, el ocio y el espectáculo, la participación y el gobierno”.¹⁵

El documento de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Desarrollo. Reflexiones de la UNESCO (1996), define así la capacidad de las TIC. “Las tecnologías de la información y la comunicación tienen la capacidad de remodelar y transformar profundamente los modos en que la gente organiza su vida, interactúa con otras personas y participa en los diferentes ámbitos de la sociedad. Estas tecnologías son los cimientos de un cambio radical que, desde las definiciones industriales/postindustriales de desarrollo, dará origen a un nuevo paradigma basado en el modelo de las sociedades de la información. Este cambio traerá consigo la redefinición de los mundos del trabajo, el aprendizaje y la investigación, el ocio y el espectáculo, la participación y el gobierno”.

Según el Manual de Enfoque Teórico del Programa Uso Responsable de las TIC (2001), se define a las tecnologías de información y comunicación como el “conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que proporcionan la informática y sus tecnologías asociadas, telemática y multimedia, así como los medios de comunicación social, medios de comunicación masivos y medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico, teléfono, fax. Por lo tanto las TIC abarcan dispositivos tecnológicos como el celular, Internet, la computadora, la televisión y todos los servicios relacionados como redes sociales, blogs, foros, etc., así como elementos técnicos que permiten su correcto funcionamiento”.

En función de estas conceptualizaciones se entiende a las NTICs como aquellos recursos, instrumentos y procesos utilizados para transmitir, procesar, recuperar, almacenar, organizar, manejar, producir, difundir, presentar e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos. Estas NTICs pueden ser tanto tradicionales en forma de radio, televisión y medios impresos, como nuevas, en forma de equipos físicos como ser satélites, computadoras, Internet, correo electrónico, celulares, scanner, cámaras digitales, asistentes personales digitales, facsímiles, módems y grabadoras de CD y DVD, y además en sistemas informáticos operativos (Windows, DOS, LINUX) y sistemas informáticos aplicativos (procesador de textos, plantilla electrónica, presentador de gráficos, administrador de base de datos y navegador web)

1.12.5. Redes Sociales

La palabra red procede del latín “rete” para hacer referencia a la estructura que tiene un patrón característico. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española asigna a la palabra red doce significados, interesa aquellos que señalan que una red es un conjunto de elementos organizados para determinado fin o de personas relacionadas para desarrollar determinada actividad. A partir de este significado básico por extensión se habla de redes familiares, redes privadas, redes locales, redes sociales, redes culturales y redes económicas.

Vinculando las NTICs con el concepto de red se habla de redes informáticas y redes sociales. Sin embargo, señalar que el concepto de red social fue utilizado mucho antes de la aparición de las

¹⁵ Citado por Karina Herrera en Comunicación y Desarrollo en la Sociedad de la Información en Comunicación, nuevos escenarios y conflictos sociales, IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Cochabamba, 2004

computadoras y el Internet para hacer referencia a una comunidad en la cual los individuos estaban conectados de alguna forma a través de amistades, valores o relaciones sociales. Actualmente se utiliza el término de red social vinculada a la plataforma Web que permite a las personas e instituciones conectarse entre sí

Castro (2000), sostiene que las **redes sociales** en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.

Weinberg (2009), señala que los portales de redes sociales son páginas web que permiten que los individuos se conozcan entre sí a partir de interés compartidos estableciendo portales. Generalmente se utilizan para conectarse con viejos amigos o encontrara nuevos. Las portales de redes sociales son algunas de las páginas más populares del Internet”.

García (2010), sostiene que las redes sociales “son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad que generan comunidades, en los últimos tiempos, también virtuales. Las redes sociales son un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos de personas que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Las redes sociales permiten socializar colectivos articulándolos en proyectos comunes y creando así espacios interactivos compartidos”.

Gálvez y Calderón (2012; 50), definen a las redes sociales como “plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Su principal objetivo es entablar contactos con gente, ya sea para reencontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades”.

El Manual de Enfoque Teórico del Programa Uso Responsable de las TIC (2001), dice que las redes sociales son “sitios Web que suelen presentar una forma intuitiva de uso, donde las personas se presentan con sus datos personales, intereses y fotografías e invitan a sus amigos a unirse conformando redes de vínculos e interacciones entre individuos. Además de estos sitios Web pueden brindar otros servicios para la publicación de fotos, videos, mensajería asincrónica y canales de chat, etc. Para el uso de los servicios de una red social es necesario inscribirse, generalmente en forma gratuita. En las redes sociales uno crea una red de contactos con los que comparte la información y contenidos que publica, al mismo tiempo que uno puede acceder a ver las publicaciones de los demás”

Valenzuela (2013: 7), define a una red social como “una estructura social formada por nodos, habitualmente individuos u organizaciones, que están vinculados por uno o más tipos de interdependencia tales como valores, puntos de vista, ideas, intercambio financiero, amistad, parentesco, contacto, comercio, entre otras”.

1.12.6. Acceso

Etimológicamente la palabra acceso viene del vocablo latino “accessus” que significa “el acto de aproximarse a algo o de alcanzarlo. Con este significado algunas veces se vincula el acceso al “ingreso a un sitio”. El Diccionario de la Real Academia Española asigna diferentes significados a la palabra acceso como ser: acción de llegar o acercarse, entrada o paso, entrada al trato o comunicación. Estas definiciones implican que el término de acceso hace referencia a la entrada o el camino que lleva a

introducirse en un lugar. Así, por ejemplo, se habla de acceso a la salud, acceso al derecho, acceso a la comunicación y acceso a las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información.

Pineda et al (1994) define el término de acceso “como la entrada o el camino que lleva a introducirse a un lugar”. En función de este significado básico se señala que el acceso hace referencia a la mayor o menor posibilidad de tomar contacto con algún bien o servicio, situación que estaría determinada por una serie de variables, entre otras, principalmente vinculadas a la accesibilidad económica, geográfica o cultural.

Cuando se habla de accesibilidad económica se refiere a la disponibilidad económica que se tiene o la cantidad de dinero que se requiere para tener acceso a “algo”. La accesibilidad geográfica se refiere al tiempo y la distancia que se tiene que absorber para llegar a ese “algo” y la accesibilidad cultural a los conocimientos, los saberes, las costumbres y las prácticas que se desarrollan para alcanzar dicho “algo”.

1.12.7. Uso

La palabra uso proviene de latín “usus” que es sustantivo del verbo “uti” que significa, usar o utilizar una cosa, pero además de este significado también expresa “el empleo continuado o habitual de algo o el modo habitual de obrar, es decir, uso implica lo usual o lo habitual.

El Diccionario de la Real Académica de la Lengua Española le asigna siete significados diferentes a este término, en función de su definición conceptual interesa señalar los siguientes cuatro significados: acción de usar, uso específico y práctico a que se destina algo, capacidad o posibilidad de usar algo y costumbre o hábito. Al margen de estos cuatro significados también se entiende al uso como la acción que se realiza para hacer servir una cosa para cierto fin, como una práctica generalizada o habitual, como una manera de hacer una cosa o como algo vinculado a la costumbre, es decir, el modo acostumbrado de hacer algo.

1.12.8. Consumo

La palabra consumo viene del idioma Latín “consumere” que significa gastar. Es la acción por la cual se utilizan o usan determinados productos, bienes y servicios. La Real Academia de la Lengua Española define el término de consumo en una doble dimensión, a nivel individual, como la acción y el efecto de gastar energía o consumir algunos bienes o servicios. En cambio, a nivel social, como el sistema tendente a estimular la producción y el uso de bienes no estrictamente necesarios. A partir de ambos significados se entiende al consumo como una serie de actividades por cuyo conducto se aplican los bienes materiales en orden a satisfacer las necesidades humanas, siendo este el objetivo último de la actividad económica que consiste en producir para el consumo. Al respecto, Canclini señala que los orígenes del concepto de consumo están ligados a las teorías económicas y ha sido considerado por mucho tiempo como un medio para renovar la fuerza de trabajo, para expandir el capital o para satisfacer necesidades.

Bajo esta directriz analítica señalar que en el campo de las ciencias sociales el término de consumo se constituye en una categoría vinculada básicamente a la teoría económica para hacer referencia al uso que hace el hombre de bienes y servicios que están a su disposición con el propósito de satisfacer ciertas necesidades. Según esta perspectiva económica el comportamiento del consumidor principalmente depende de tres variables: precios, ingresos y gustos. A partir del desarrollo del capitalismo y el incremento de la producción y el consumo el significado de este concepto rebaza su

dimensión económica y en una suerte de reconceptualización amplía su significado a cuestiones sociales y culturales. Incorporando la antropología social en el estudio de la comunicación se plantea que el consumo ha dejado de ser un simple proceso utilitario meramente económico para convertirse en un proceso social que implica símbolos y signos culturales.

Este concepto es central en economía donde se la entiende como la fase final del proceso económico o del proceso productivo que tiene como principal objetivo producir un bien con cierta utilidad para la persona consumidora. El consumo de bienes y servicios se efectúa en algunos casos de manera que son directamente destruidos mediante la acción del consumo, mientras que en otros casos lo que sucede con estos es que su consumo solo consiste en una transformación parcial. El consumo entendido como la adquisición y uso de un bien o servicio puede ser realizado por una persona, empresa, organización, comunidad o sociedad que tenga la capacidad de interrelacionarse en el mercado. Según algunos especialistas a partir del desarrollo del capitalismo, el incremento de la producción y el consumo en las sociedades modernas, el concepto de consumo ha dejado de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural, que implica símbolos y signos culturales y no como un simple proceso económico utilitario (Bermúdez, 2001: 8)

Manuel Castells (1974), señala que el consumo es un sitio donde los conflictos entre las clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes". García Canclini (1999) define el consumo como el "conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos". Guillermo Sunkel (1999), señala que el consumo es una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual éste comienza "a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales". Martín Barbero (1987), afirma que "el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales".

En la directriz analítica de Borrega (xxxx) señalar que se entiende a las prácticas de consumo cómo aquellas acciones que se desarrollan para elegir y consumir. Según Martín Barbero (1987), en realidad no existe una libertad absoluta del consumidor, puesto que las prácticas de consumo de los individuos se ubican dentro de un sistema hegemónico. El consumo de los sectores populares permitirá la apropiación y resignificación del orden dominante, mientras que para la elite el consumo demarcará fundamentalmente la distinción social y la resignificación simbólica de las mercancías. Bourdieu menciona también al respecto que los actores no son totalmente conscientes de sus prácticas, por lo que aprenden a hacer lo que deben hacer, "lo correcto" con mínimas transgresiones a los límites.

1.12.9. Cultura

El concepto de cultura etimológicamente deviene del latín "colere" y "'colui" que designa el acto o el proceso de "cultivar", "cuidar", "honrar", "rendir culto", especialmente a los dioses y la tierra. Así, por ejemplo, se menciona a la agricultura que significa el cultivo o el honrar a la tierra. Otro significado del término proviene del latín "cultus" que hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. La Real Academia de la Lengua Española señala que la cultura hace referencia a un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, tecnológico e industrial en una época o en un grupo social.

Según Días (2008), “la idea pionera del concepto de cultura fue presentada por Edward Burnett Tylor en su obra “Primitive Culture” (1871”. Para Tylor la cultura se caracteriza como un complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, leyes, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” A partir de esta época el concepto de cultura ha venido adquiriendo varios significados en función de los criterios teóricos y metodológicos de los diferentes autores y las disciplinas sociales. Sin embargo, señalar que existen tres significados básicos que provienen del saber cotidiano, la antropología y la sociología. El primero establece una analogía entre cultura, conocimientos, saber o refinación, el segundo entiende a la cultura como el modo de vida que caracteriza a un grupos humano y el tercero concibe a la cultura como el mundo artificial compuesto por bienes materiales e inmateriales que el hombre ha creado para satisfacer sus necesidades.

Boas (1938), define a la cultura como la “la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo, y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos”

Cohen (1980), señala que el concepto de cultura es bastante polisémico, en vista de que tiene diferentes significados tanto en sociología como en antropología. La definición antropológica de la cultura comprende el conjunto de rasgos que caracterizan los modos de vida de un determinado grupo social y se expresan a través de una serie de elementos como ser objetos materiales e inmateriales. Este modo de vida que caracteriza a un determinado grupo social o una comunidad viene a ser resultado de las relaciones y acciones reciprocas que establecen los hombres. Desde el punto de vista sociológico, se la define como la suma total de comportamiento y de creencias, características aprendidas, de los miembros de una sociedad particular. En tal sentido, todos los seres humanos tienen cultura, realidad que los diferencia del resto de los animales.

Moreno y Moreno (2011: 157), indica que Joseph Fichter, define a la cultura como "la configuración total de las instituciones que comparten en común las personas en cualquier momento de su existencia". Marx Weber, sostiene que “la cultura está conformada por símbolos y significaciones elaboradas y compartidas por las sociedades y que poseen un carácter convencional”. Talcott Parson, indica que “la cultura se constituye en un sistema de símbolos en virtud de los cuales los hombres dan significación a su propia existencia”.

Con relación a este concepto señalar que Canclini introduce la noción de “culturas híbridas” para indicar que “las culturas son dinámicas, no son puras y que las identidades se construyen además de que pueden estar asociadas para quienes quieren circular en ellas, asimilando o enriqueciendo sus códigos internos sin tener que perder los originales” (Guardia, 2005: 108).

1.12.10. Consumo cultural

En relación al análisis del consumo cultural existen diferentes perspectivas teóricas y metodológicas que sobre la base de la directriz analítica de Carlos Marx y Max Weber fueron desarrolladas y difundidas en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

En el campo de la comunicación social, existe una diversidad de definiciones sobre el consumo cultural, desde diferentes enfoques teóricos y metodológicos, en particular desde los denominados estudios culturales. Sin embargo, en el marco de la presente investigación se toma como principal

referencia teórica para su conceptualización los argumentos teóricos de García Canclini (1993) y Guillermo Sunkel (1993 y 2002).

Canclini (1992), conceptualiza el consumo cultural como "el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos". Esta definición supone que toda práctica de consumo implica en sí un acto cultural y que se constituye en una forma de diferenciación social como resultado de diferentes formas de uso y apropiación de los productos. Según Canclini (1992: 138) existe una coherencia oculta entre los lugares donde "los miembros de una clase comen, estudian, habitan, pasan la vacaciones, en lo que leen y disfrutan", etc. Así la apropiación de cualquier bien es un acto que diferencia simbólicamente. "Todos los actos de consumo, y no sólo las relaciones con el arte o el saber, son hechos culturales". En función de estas consideraciones propone una definición específica de consumo cultural y lo considera como "el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica". (Canclini, 1992: 138).

García Canclini (1999: 34), sostiene que "el consumo cultural no es un consumo diferente de cualquier mercancía. Es más bien el mismo consumo, pero desde la dimensión de la cultura, pues engloba "el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los uso de los productos y que va más allá de la racionalidad económica al contemplar aspectos sociales, políticos y culturales que tienen que ver con gustos, modas, deseos, criterios valorativos y aspectos simbólicos y estéticos".

En función de estas consideraciones teóricas señalar que en la sociedad actual el consumo ha dejado de ser un acto o una acción solamente económica sino que ahora se constituye en un proceso social y cultural que implica también incorporar al valor utilitario de un bien ciertos símbolos y significados.

1.12.11. Uso y consumo

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define al uso como la capacidad o posibilidad de usar algo, hace también referencia a la costumbre, el hábito e inclusive la moda. En cambio, consumo hace referencia a la acción y efecto de consumir, es decir, a la capacidad de alguien para consumir o gastar algún bien o servicio.

Uso y consumo, son conceptos bastante diferentes entre sí, pero guardan una estrecha interrelación, pues el "uso" es un acto que se halla al interior del "consumo", pero consumo es más que un simple hábito, se lo debe entender como un proceso sociocultural complejo a partir por ejemplo de la siguiente diferencia: la comunicación por medio del Facebook consiste en un "uso" instrumental y a nivel simplemente mediático (hacer servir una cosa para algo, ejecutar o practicar algo habitualmente). En cambio, la interacción social a través de Facebook es un proceso social y cultural de "consumo" (incluir símbolos, ideas, significados, valores y signos culturales). Desde esta perspectiva el consumo se constituye en un proceso y una práctica cultural que no puede analizarse al margen de la dimensión simbólica.

1.12.12. Prácticas educativas

La palabra práctica proviene del griego "praktikos", que engloba los siguientes términos: "praks" que representa "praxis", el verbo "prasso" que simboliza "hacer" y el sufijo "tipo" que significa "relacionado". Entonces a partir de su raíz etimológica se entiende a la práctica como algo relacionado a la acción. El Diccionario de la Real Academia Española le asigna a este término trece significados

con la idea básica de poner, usar o ejercer repetidas veces alguna habilidad o algo que se ha aprendido a través de la experiencia.

Si bien existen distintos modos de conceptualizar a la denominada “práctica”, generalmente se la tiende a definir a través de cuatro significados básicos: la práctica como ejercicio, como proceso de transformación, como verificación y como acción. En función de este último significado se identifica a la práctica con la acción o en relación a toda acción o modo de acción, es decir, con aquellas acciones y/o eventos que realiza una persona en el transcurso de su vida y que son resultado de la praxis social, el contexto familiar, los hábitos y las costumbres.

Con relación al concepto de práctica existen varias definiciones que se diferencian según los criterios teóricos, metodológicos y prácticos de los diferentes autores. Ander-Egg (1988: 239), identifica a la práctica con la acción o en relación a toda acción, es decir, expresa que la práctica hace referencia a lo que es traducible en acción. Rodríguez, et al (1984), definen a la práctica como un aspecto esencial del ser humano en función de cierta “bidimensionalidad”, por un lado, la relación hombre naturaleza y, por otro lado, la relación hombre y hombre. Cohen (1980), conceptualiza a la práctica como un modo recurrente de realizar una cierta actividad, compartida socialmente por casi todos los integrantes de un grupo o una comunidad, siendo estas prácticas sociales válidas para una comunidad o sociedad específica, pero pueden resultar inapropiadas para otras. Por extensión en ciencias sociales se entiende a la práctica social como un aspecto esencial del ser humano, es más se sostiene que el hombre es el único ser vivo que se ha creado a sí mismo gracias a su práctica social

A partir de estas conceptualizaciones señalar que se entiende a las prácticas sociales como aquellas acciones y eventos que realiza una persona a lo largo de su vida, siendo resultado de la praxis social, el contexto familiar, los hábitos y las costumbres. Resulta ser el nivel más complejo de la actividad humana, porque implica acciones tales como el conocer, tener voluntad y recursos para ejercitar un determinado comportamiento. Asimismo, precisar que una práctica social como un modo recurrente de realizar una actividad puede ser válida para una determinada comunidad o sociedad, pero puede resultar inapropiada para otras comunidades. En función de ello es importante tener en cuenta que las prácticas sociales que se desarrollan en cierta comunidad no son necesariamente las correctas o las adecuadas, sino que estas tienen una valoración subjetiva y etnocéntrica en función del tiempo y el espacio.

También por extensión se habla de prácticas educativas. Sin embargo, conviene aclarar que como toda práctica, la educativa es también social, pues implica la existencia y relaciones de personas. En tal sentido, no se puede hablar de práctica educativa como un fenómeno aislado sino condicionado por determinado contexto poblacional, temporal y espacial.

Gómez (2008), señala que la práctica educativa es una actividad compleja que está determinada por una multiplicidad de factores, entre ellos: las características de la institución, las experiencias previas de los alumnos y profesores así como la capacitación que han recibido estos últimos.

Es válido señalar que la definición de práctica educativa es bastante compleja, pues en ella intervienen distintas dimensiones, factores y variables, como ser normas, reglas, ideas, valores, hábitos, acciones, etc. En tal sentido, al margen de hacer referencia a la planificación, la aplicación y la evaluación del proceso enseñanza/aprendizaje también hace referencia a actividades tales como la lectura, la investigación bibliográfica, la toma de notas, la observación, el estudio, etc. Asimismo, a las relaciones interactivas entre profesores y estudiantes, la organización grupal, los contenidos de aprendizaje, los recursos didácticos, la distribución en el tiempo y el espacio, la evaluación, etc.

Con el significado que se le otorga la práctica social y educativa como “un modo recurrente de realizar ciertas actividades interesa analizar las prácticas sociales y educativas que realizan los estudiantes universitario a partir del uso de la red social Facebook”

1.12.13. Joven

El concepto de juventud deriva del vocablo latino “iuventus” que permite identificar el periodo que se ubica entre la infancia y la adultez. El Diccionario de la Real Academia Española señala que la palabra proviene del latín “iuvenis” que significa una persona de poca edad.

Margulis (1996), afirma que el concepto de “juventud” apela, más que a una condición natural, a una construcción social determinada por variables que no solamente se hallan vinculadas al aspecto “físico/biológico” sino también a cuestiones económicas, sociales, políticas y culturales. Según este autor la juventud es una condición constituida por la cultura que tiene, a la vez, una base material vinculada a la edad. Según este autor no existe una sola manera de “ser joven”, existen varias tanto a nivel etario como social.

Bourdieu (2000), señala que la juventud no es más que una palabra. Más adelante expresa que el concepto de “juventud” apela, más que a una condición natural, a una construcción social determinada por una serie de variables que no solamente se hallan vinculadas al aspecto “físico/biológico” sino también a cuestiones económicas, sociales, políticas y culturales.

Soria (2000: 15), sostiene que “la juventud es la etapa donde aparentemente concluyen los procesos de madurez y formación que se iniciaron en el nacimiento. Es el momento donde se empiezan a concretar y consolidar los estilos y planes de vida proyectados en la adolescencia. En esta etapa se toma conciencia de las necesidades de realización personal, laboral, intelectual y afectiva, característica que marca el camino que seguirá por el resto de su vida. Como características generales de la juventud se tienen; la conclusión de la formación académica social, la independencia económica, la ejecución de decisión a corto, mediano y largo plazo, la estabilización afectiva. El desarrollo de relaciones maduras, sexuales y emocionales, la autoestima, entre otras”

En función de estas consideraciones teóricas, señalar que “ser joven” resulta ser una construcción social e histórica que adquiere distintos significados según el contexto temporal, espacial y cultural donde nace y se desenvuelve. Esto significa que “ser joven” no es algo único, eterno y preciso, pues su sentido y significado según lugar y época y según género y clase. Esto significa que socialmente no se comparten las mismas definiciones o significados sobre el status, la naturaleza, las funciones, las necesidades, las responsabilidades y los roles sociales de los jóvenes. No es lo mismo ser joven en países desarrollados o en países subdesarrollados, en clases sociales privilegiadas o en clases sociales empobrecidas y postergadas o en áreas urbanas o en contextos rurales. En función de estas realidades expresar que el “ser joven” se constituye en una representación social que es producto de determinadas relaciones sociales y de pautas culturales que se diferencian en el tiempo y el espacio.

A pesar de estas dificultades teóricas y metodológicas se tiene a entender a la juventud como aquella etapa comprendida entre los 19 y 24 años de edad, donde el individuo ha dejado de ser adolescente, aunque todavía no ha llegado al equilibrio emocional característico de la adultez. Para fines de la investigación se toma esta delimitación generacional propuesta por organismos internacionales y nacionales.

**SEGUNDA PARTE:
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

2.1. Desarrollo de la comunicación e información

Como todo hecho social la comunicación y la información se constituyen en una realidad histórica que constantemente va modificándose en función del tiempo y el espacio. Ambas realidades que son principales características de la sociedad humana se han venido modificando desde los iniciales proceso de hominización hasta la conformación de sociedades postindustriales. Al respecto, Martín Serrano (2007), señala “la comunicación humana es en sus orígenes, un recurso que desarrollan los homínidos, para adaptarse a su desadaptada condición en el mundo natural. Y hasta hace muy poco así ha seguido funcionando. En la hominización se tiene a la vista de qué manera el organismo y los comportamientos del hombre moderno, adquieren la impronta de su condición de comunicante”.

Más adelante este autor sostiene que “la comunicación está implicada en la reproducción de los grupos. Los cuales satisfacen las necesidades colectivas, en tanto que la información que producen sobre el medio social que han creado, se oriente a impedir el regreso al estado de naturaleza. Pero al tiempo se utiliza la comunicación para reproducir el estado de la naturaleza. Porque entrega sus recursos a los humanos que la trabajan, en tanto que la información que manejan sobre el medio en el que viven, les permita restaurar los procesos naturales”.

Comunicación e información como práctica humana, natural, universal y espontánea han adoptado diferentes formas y manifestaciones en función del desarrollo de las fuerzas productivas de la sociedad. Desarrollo histórico que ha permitido “el tránsito de la comunicación e información que va desde el empleo de la simple palabra, pasando por los signos y símbolos, hasta llegar a la utilización de alta tecnología” (Moreno, 2010: 7).

Con relación a este proceso histórico se sostienen que la voz humana fue el primer sistema utilizado por el hombre para comunicarse, luego está el sonido de los silbidos, los tambores y el fuego de las antorchas. Hasta principios del siglo XVIII, las noticias eran transmitidas mediante correos a caballos o carros postales que llagaban a recorrer aproximadamente 350 kilómetros por día. En el año de 1832, el estadounidense Samuel Morse introduce el primer aparato telegráfico eléctrico y en 1844 se inaugura la primera línea telegráfica del mundo entre Washington y Baltimore en los Estados Unidos. En 1876, otro estadounidense, Alejandro Graham Bell inventa el teléfono. A mediados de 1895, Guillermo Marconi consigue transmitir mensajes por medio de la telegrafía sin utilizar hilos o cables sino a través de ondas hertzianas.

El siglo XX, se inaugura con la transmisión de noticias a la velocidad de 300.000 kilómetros por segundo a través de la radiotelefonía y en 1926 se transmiten las primeras señales televisadas y en 1944 se generan las primeras imágenes en colores.

Según Thompson (2006), en función del desarrollo histórico de la comunicación e información y de sus diferentes modalidades que adoptan es posible establecer al interior de ellos tres grandes grupos:

- Medios auxiliares o complementarios conformados por medios que llegan y/o afectan en menor grado a un menor grupo de personas en un momento dado.

- Medios alternativos engloban formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.
- Medios masivos son aquellos medios que llegan y/o afectan a un mayor número de personas en un momento dado.

2.2. Sociedad de masas

Según Giddens (2001) en la historia de la humanidad se han producido dos grandes revoluciones del conocimiento y la tecnología.¹⁶

La primera revolución denominada industrial se desarrolla en Inglaterra en el último tercio del siglo XIX y a través de la aplicación del conocimiento al proceso productivo da lugar al descubrimiento de nuevas máquinas e instrumentos de trabajo que mejoran la producción de mercancías y a la vez provocan la constitución de una sociedad industrial o capitalista. Corresponde a este periodo el descubrimiento y la difusión de algunos “nuevos medios de comunicación” denominados “tradicionales” como ser la fotografía (1826), el telégrafo (1835), el teléfono (1876), el fonógrafo (1877), el radio o telegrafía inalámbrica (1895), el cine (1895) y la televisión (1926).

La segunda revolución industrial o revolución postindustrial se inicia a fines de la década de los setenta y principios de los ochenta y posibilita la emergencia de nuevos sistemas de comunicación e información gracias a los avances de la cibernética y la microelectrónica que provocan un nuevo mundo de sonidos, imágenes y otros estímulos audiovisuales que con el transcurso del tiempo van a adquirir una fuerte influencia en el desenvolvimiento de la sociedad y de sus miembros. Esta segunda revolución tecnológica contemporánea se explica por los avances significativos en las tecnologías de la informática, la información y la comunicación y se expresa en la generalización del uso de las tecnologías, las redes de comunicación, el rápido desenvolvimiento tecnológico, el desarrollo científico y la globalización de la información.

La primer revolución industrial posibilita reemplazar el esfuerzo físico del hombre por la máquina y la segunda revolución conformar una sociedad automatizada (Ander-Egg, 1988: 266). En el campo de la comunicación permiten a los países más avanzados industrialmente como ser Inglaterra, Francia, Alemania Y Estados Unidos desarrollar los medios de comunicación, difundir mayor información, alcanzar públicos extensos y conformar una sociedad de masas a través del telégrafo, la radio, el cine, la prensa y la televisión.

Ambas revoluciones tecnológicas han provocado y vienen provocando profundos cambios en los diferentes ámbitos de la sociedad, como ser el establecimiento de nuevas relaciones entre economía, sociedad y Estado, la irrupción de nuevos medios de comunicación, la aparición de nuevas formas de comunicación e información, la configuración de una sociedad del conocimiento y la conformación de una sociedad de masas. Al respecto, Castells (2005), sostiene que la emergencia, el desarrollo y la expansión de las NTICs han conformado la denominada sociedad de la información o sociedad red donde la tecnología juega un papel fundamental que facilita la producción, distribución y manipulación de información y a la vez ha establecido una cultura digital que hace referencia a un

¹⁶ La tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas que se aplica en forma ordenada y que permite al hombre modificar su entorno material o inmaterial con el afán de satisfacer ciertas necesidades.

nuevo modo de vida donde la tecnología ha provocado importantes cambios en las formas de comunicación, información y entretenimiento.

Swingewood (1981) citado por Lozano (1996), señala que a partir de mediados del siglo XIX, sobre todo en Europa y Estados Unidos, se conforman las sociedades industriales que erosionan los vínculos sociales y familiares de los individuos, masificándolos y aislándolos de sus grupos primarios y de referencia, este proceso sería resultado de los siguientes factores:

- La división social del trabajo.
- La organización industrial a gran escala.
- La producción automatizada de mercancías.
- La concentración de la población urbana.
- El crecimiento de las ciudades.
- El incremento de movimientos políticos masivos de las clases trabajadoras

En el campo de la comunicación e información la interrelación de estos factores socioeconómicos provoca la emergencia de la “comunicación de masas”, es decir, audiencias conformadas por individuos pasivos, aislados, manipulables, irracionales e ignorantes que eran muy susceptibles de ser influenciados por los medios masivos de comunicación. Según Ander-Egg (1987), el término de comunicación de masas designa los medios de difusión modernos, caracterizados por su capacidad de alcanzar a un público extenso. Entre estos medios se encuentran la radio, el cine, la televisión, la prensa, las revistas y los discos.

2.3. Nuevas tecnologías de la información y comunicación

En el marco de la segunda revolución industrial surgen las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs) que engloban una serie de recursos, instrumentos y procesos utilizados para transmitir, procesar, recuperar, almacenar, organizar, manejar, producir, difundir, presentar e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos. Se hallan conformadas por equipos físicos y programas informáticos, como ser computadoras, scanners, cámaras digitales, teléfonos, celulares, facsímiles, módems y grabadoras y reproductoras de CD y DVD, radio y televisión, además de programas informáticos como bases de datos y aplicaciones multimedia. Todos estos modernos instrumentos que contienen alta tecnología permiten transmitir, procesar y difundir información de manera rápida e instantánea optimizando el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación.

Giddens (2002) señala que una serie de transformaciones tecnológicas que ha tenido lugar durante el siglo XX han transformado por completo el rostro de las telecomunicaciones a partir de la innovación de la transmisión a distancia de información, sonidos o imágenes fijas o en movimiento por medios tecnológicos que han dado lugar a la conformación de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) que no solo han transformado los procesos de comunicación e información sino que han modificado también diferentes dimensiones de la a la sociedad, en términos económicos, sociales, políticos y culturales,

2.3.1. Antecedentes, desarrollo e impacto

La emergencia y expansión de las (NTICs) son resultado de la convergencia tecnológica de tres sectores industriales que antes trabajaban de manera autónoma: la “informática” (computadora

electrónica, transistor, microprocesador y la computadora personal) la “información” (periódico, radio y televisión) y la “comunicación” (cable inalámbrico y el teléfono). Al respecto, Moreno (2010:), señala que la correlación de estos tres sectores y sus correspondientes subsectores sobre la base de la informática y la digitalización han hecho posible la conformación de nuevos sistemas de comunicación e información y la emergencia de nuevas formas de organización y de proporcionar servicios en los sistemas tradicionales. En tal sentido, estas nuevas tecnologías pueden ser tanto tradicionales, como la radio, la televisión y los medios impresos, como nuevas, en forma de equipos físicos y programas informáticos como satélites, computadoras, Internet, correo electrónico, celulares, scanner’s, cámaras digitales, asistentes personales digitales, facsímiles, módems y grabadoras de CD y DVD.

En esta misma línea de explicación, Fernández (2005: 344), sostiene que “la convergencia de estas tres grandes industrias, informática, información y comunicación, dieron como resultado la emergencia de nuevas tecnologías de información y comunicación que permitieron la expansión de la comunicación vía satélite, la distribución de mensajes por cables o mediante sistemas de transmisión de microondas, grandes adelantos de la televisión, nuevas formas de emisión de radio, aparatos de videotape y videodiscos, así, como sistemas de distribución de televisión por cable y, por supuesto, la computadora electrónica”.

Este proceso histórico de constitución de las NTICs ha transitado por cinco etapas: la primera etapa se caracteriza por presentar un escaso desarrollo tecnológico y sus finalidades estrictamente militares (1900). La segunda etapa por el descubrimiento del transistor y su implementación en algunos medios de comunicación (1950) La tercera etapa por introducir un nuevo componente electrónico, el circuito integrado que alcanza una mayor capacidad en almacenar información (1964). La cuarta etapa por la implementación del chip de circuito integrado o microprocesador (1971). La quinta etapa por la producción de recursos y medios informáticos con el afán de lograr que ciertas actividades comunicativas e informativas sean mucho más rápidas y que estos medios lleguen a la mayor cantidad de personas (1980).

Según Fernández (2005), el desarrollo de estas cinco etapas es producto del avance tecnológico de la informática, la información y la comunicación que han posibilitado tres aspectos principales: 1). Mover señales de un lugar a otro mediante los nuevos sistemas de comunicación (vía satélite); 2). Almacenar información altamente compacta, eficiente y fácil de recuperar (discos duros, chips, DVD, VCD) y 3) y Conectar computadoras entre sí (Internet)

De acuerdo a varios especialistas las NTICs se constituyen en el hecho tecnológico más importante del siglo XX, pues han modificado el rostro de las telecomunicaciones a partir de la innovación de la transmisión a distancia de información, sonidos o imágenes fijas o en movimiento por medios tecnológicos. Asimismo, se expresa que al optimizar el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación han provocado profundos cambios en los diferentes niveles de la sociedad, no solamente en el ámbito de la comunicación e información, sino también en los ámbitos económicos, políticos, sociales, culturales e ideológicos y paralelamente están transformando los contextos comunitarios, familiares e individuales, es decir, están materializando un nuevo modo de producir, comunicar, gestionar y vivir (cfr. Guiddens 2002, Castells, 2005)

Al respecto, Manuel Castells (2005), señala que las nuevas tecnologías de información y comunicación vienen modificando las formas de transmisión de información y comunicación a través del flujo veloz e instantáneo de textos, imágenes, voces, estímulos y mensajes que influyen directamente en los modos de percibir y representar la realidad. Por su parte, la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, sostiene que el desarrollo de las NTICs ha provocado “un cambio

fundamental en todos los aspectos de nuestras vidas, incluyendo la difusión de conocimiento, el comportamiento social, las prácticas económicas y empresariales, el compromiso político, los medios de comunicación, la educación y la salud, el ocio y el entretenimiento”.¹⁷

2.3.2. Características y funciones de las NTICs.

Las aplicaciones de NTICs se hallan centralizadas en procesos de comunicación e información, las mismas pueden ser agrupadas en tres grandes dimensiones: la informática, el video y la telecomunicación. El desarrollo base en informática fue posible gracias al perfeccionamiento del “microchip” que permitió compactar y proporcionar mayor capacidad de memoria a los procesadores y los sistemas ópticos. El desarrollo base en video posibilitó la aparición de las pantallas planas, el tratamiento digital de la imagen y la imagen electrónica de alta definición. El desarrollo en telecomunicaciones posibilitó dos grandes avances los satélites y la fibra óptica que aumentaron la cantidad de flujo de información. En función de estas tres dimensiones, informática, video y telecomunicación se habla de redes, terminales y servicios.

Las “redes” son los diferentes puntos que posibilitan el acceso a la información y la comunicación entre los cuales se tiene a la telefonía fija, la telefonía móvil, la banda ancha, las redes de televisión y la red Internet.

Los “terminales” o dispositivos hacen referencia a los puntos de acceso para los usuarios como son las computadoras, los celulares, los televisores, el navegador internet, los reproductores de audio y video y las consolas de juegos.

Los “servicios” hacen referencia a lo que ofrecen las NTICs como ser el correo electrónico, la información, el comercio electrónico, el video juego, el entretenimiento, la música y las redes sociales.

2.3.3. Aspectos positivos y negativos

Las ventajas de las NTIC se hallan determinadas por la forma cómo se las utilice y la importancia que se le otorgue. En esos términos, se expresa que los beneficios podrían ser los siguientes:

- Facilitan las comunicaciones.
- Eliminan las barreras del tiempo y el espacio.
- Favorecen la cooperación y colaboración entre distintas entidades.
- Aumentan la producción de bienes y servicios de valor agregado.
- Elevan la calidad de vida de los individuos.
- Provocan el surgimiento de nuevas profesiones y mercados.
- Permiten un acceso igualitario a la información y al conocimiento.

Si bien es cierto que las NTICs presentan ciertas ventajas resulta también muy evidente que provocan ciertas consecuencias negativas o desventajas, entre las principales se menciona:

- Pueden ser utilizadas con fines ilícitos o delincuenciales.
- Reemplazan tradicionales formas de ocio, distracción o esparcimiento.
- Incentivan una sociedad individualista y de consumo.

¹⁷ El Juguete Rabioso, Año 1, N° 4, 2003. Esta Cumbre Mundial se desarrolló en Ginebra en el año de 2003.

- Provocan cambios culturales, alineación y aculturación.
- Modifican las tradicionales formas comunicación, despersonalizándolas.
- Construyen nuevas identidades culturales.
- Incentivan la flojera.

2.3.4. Brecha Digital

Varios estudios han confirmado que si bien la expansión de las NTICs es global se produce en forma desequilibrada y diferenciada, lo que significa que la difusión de la telefonía móvil, los ordenadores, los satélites, los módems, los scanner y la red Internet es amplia pero en su acceso, uso y consumo prevalecen ciertas diferencias o desigualdades sobre la base de diferencias socioeconómicas. Este proceso de marcada diferenciación se conoce bajo el nombre de “digital divide” o “brecha digital” que hacen referencia a la polarización entre las países, regiones, grupos y personas que tienen la posibilidad de acceder y consumir las nuevas TIC y las que no tienen acceso a las mismas o que no saben cómo utilizarlas para sacarles provecho.

Según Castells, esta brecha digital no sólo se da entre países, sino entre ciudades de una misma nación o entre el área urbana y el área rural o entre mujeres y hombres, entre jóvenes y personas de la tercera edad o entre quienes tienen acceso a la educación formal de los que no lo tienen. Es decir, la brecha digital se expresa en marcadas diferencias dentro de un mismo país y al interior de su estructura social o de sus habitantes. Así, por ejemplo, en el caso boliviano se sabe que existen comunidades enteras que ni siquiera cuentan con la conectividad de un teléfono y menos con equipos de computación, mientras que en ciudades del eje central, como La Paz, Cochabamba y Santa Cruz algunas familias tienen más de tres líneas telefónicas y cuentan por lo menos con una computadora. Asimismo, acceden a la telefonía móvil y los servicios del cable y el Internet.¹⁸ Para el año 2015, según el Gerente General de la firma telefónica VIVA en Bolivia el 47% de la población no tienen acceso a la red Internet, situación que implica una marcada brecha digital o una suerte de exclusión digital.

A pesar de la “brecha digital”, el auge y la expansión de las TICs ha llegado con diferentes niveles de intensidad a países tanto desarrollados como subdesarrollados; ámbitos urbanos y ámbitos rurales; “minorías privilegiadas” y “amplias mayorías postergadas”, es decir, ha llegado a todos los países, a la ciudad y al campo y a los ricos y a los pobres.

Con relación al acceso y uso de las NTICs son varias las investigaciones que han constatado que dicho acceso y uso no es equitativo sino que existen ciertas desigualdades y distancias que han posibilitado la conformación de ciertas brechas que establecen una separación entre personas, grupos, comunidades, estados, países y regiones donde utilizan sistemáticamente las NTICs como parte de su vida cotidiana y aquellas individualidades o comunidades donde no tienen el mismo acceso y aunque la tengan no saben cómo utilizarlas. En tal sentido, se utiliza el concepto de “brecha digital” para hacer referencia a las diferencias socioeconómicas, entre territorios, comunidades, grupos sociales o personas, que influyen en el acceso y uso de las NTICs. Sin embargo, señalar que esta brecha digital no se vincula únicamente a cuestiones socioeconómica sino que también se relaciona con cuestiones vinculadas a los niveles de conocimiento y la capacidad de uso y disfrute de las ventajas que pueden aportar las NTICs, es decir, se vincula al concepto de “alfabetización digital” que hace referencia a las competencias tecnológicas básicas que debe tener una persona para el uso normalizados de las NTICs.

¹⁸ En el país mucha gente ni siquiera tiene telefonía básica, que es un medio necesario para acceder al servicio de Internet y cuando recurre a este servicio a través de los sitios Internet tienen limitaciones sobre todo de tiempo.

Britos, Cáceres y Acosta (2010), en relación al acceso y uso de las NTICs, señalan que existen por lo menos once obstáculos, siendo éstos los siguientes:

- Acceso/infraestructura. La posibilidad concreta para una persona de acceder físicamente a las TICs.
- Acceso/financiero. La adecuación entre el precio de acceso a la infraestructura y las posibilidades económicas de las personas que hacen uso.
- Acceso/sostenibilidad. Que la organización de los recursos de acceso sea perdurable y pueda evolucionar en función de la demanda.
- Acceso/alfabetización básica funcional: Que la persona que hace uso tenga la capacidad funcional de leer y escribir para hacer el debido uso.
- Acceso/localización lingüística. Que la persona que hace uso pueda utilizar su lengua materna en la relación con el sistema.
- Uso. La posibilidad de hacer uso eficiente y efectivo de las TICs.
- Apropiación tecnológica. Que la persona sea lo suficientemente hábil para que la tecnología forme parte de su dominio personal. Requiere acceso, destreza y uso.
- Uso con sentido. Hacer un uso que tenga un sentido social, en contexto personal, profesional y comunitario de la persona.
- Apropiación social. Que la persona sea lo suficiente experta para que la tecnología sea transparente de su uso social.
- Empoderamiento. Que la persona o su comunidad pueda transformar su realidad social a través de la apropiación social de las TICs.
- Innovación social. Que la acción de transformación sea capaz de aportar soluciones originales creadas por la persona o la comunidad.

En el caso boliviano, existen comunidades enteras que ni siquiera cuentan con la conectividad de un solo teléfono y menos con equipos de computación, mientras que en ciudades del eje central, como La Paz, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra algunas familias tienen más de tres líneas telefónicas y cuentan por lo menos con una computadora. Asimismo, acceden a la telefonía móvil y los servicios del cable y la red Internet.¹⁹

¹⁹ En el país mucha gente ni siquiera tiene telefonía básica, que es un medio necesario para acceder al servicio de Internet y cuando recurre a este servicio a través de los sitios Internet tienen limitaciones sobre todo de tiempo.

2.3.5. Principales consumidores

La emergencia y expansión de las NTICs, la conformación de la sociedad red o sociedad del conocimiento y los distintos consumos culturales se constituyen en un fenómeno mundial que afecta a casi todos los miembros de una sociedad, independientemente de la edad, el sexo, la etnia, la clase, el status, el nivel de vida y la denominada brecha digital. Sin embargo, se considera que son las generaciones más jóvenes las que son parte principal de estas realidades, es decir, que niños, adolescentes y jóvenes son los principales usuarios de las NTICs.

Don Tapscott (1998: 1), señala que la “nueva generación denominada “generación net o generación N” se diferencia de todas las anteriores generaciones debido a que es la primera en crecer rodeada de medios digitales. Los hogares, las escuelas, las fábricas y las oficinas tienen todos computadores, y son corrientes tecnologías digitales como cámaras, videojuegos y CD-ROM. Estos nuevos medios tienden a conectarse cada vez más entre sí a través de Internet, una red de redes en proceso de expansión que todos los meses atrae a un millón de nuevos usuarios. Hoy en día los niños están tan inmersos en el mundo de los bits que piensan que “todo lo digital” forma parte del paisaje natural. Para ello, la tecnología digital no resulta más intimidante que una videogradora o una tostadora”. Según este autor la “generación net” está inmersa en el mundo de las TICs y se sienten más a gusto con ellas que su progenitores, ya que están aprendiendo, jugando, comunicándose, trabajando y creando comunidades de modos muy distintos de los que utilizaron sus padres.

Castells (2000), señala que la era de la información y la sociedad en red se expresan como “la cultura de la virtualidad real” que marca un escenario contextual de referencia, del cual los principales usuarios son los jóvenes. Fajnzylber (2003), afirma que “el despliegue de la informática parece contener una crisis histórica en la configuración del saber y la autoridad, en el sentido de que son los niños y jóvenes quienes comprenden y manejan mejor la tecnología”. Por su parte, Morduchowicz (2003), sostiene que esta situación se explicaría porque las nuevas generaciones tienen una nueva concepción del espacio y el tiempo, además de una mayor capacidad para integrar elementos visuales y sonoros debido a que casi siempre los niños, los adolescentes y los más jóvenes han estado en contacto permanente con la televisión, los juegos interactivos, los videos, las computadoras, etc.

A lo anteriormente expuesto habría que agregar que recientes estudios han constatado que menores de ocho años también se han convertido en importantes usuarios de las NTICs. Según información periodística en un artículo publicado por ABC se lee que “ahora, los niños son auténticos nativos digitales y crecen inmersos en un mundo donde todo se mueve alrededor de internet y las nuevas tecnologías”.²⁰

2.4. Red Internet

Uno de los principales recursos de las NTICs, que si bien no es el único, se constituye en uno de las más importantes, es la “red informática”. Se denomina “red informática”, cuando dos o más computadoras u ordenadores se hallan conectados de manera que puedan intercambiar información y compartir recursos, como ser fax, impresoras, scanner, correos etc. Cuando estas computadoras están conectadas a un mismo organismo, empresa o institución, la red informática se denomina red interna o “Intranet”. En cambio, cuando las computadoras se hallan conectadas a redes informáticas más amplias se habla de “Internet”, es decir, de la interconexión de redes informáticas que posibilitan a todas las computadoras conectadas comunicarse directamente entre sí.

²⁰ El Extra, 04.11.14.

La red Internet entendida como “la red de redes” de computadoras capaces de comunicarse entre sí, es más que un recurso tecnológico en vista de que es un medio que posibilita la interacción, la comunicación, la organización y el establecimiento de múltiples relaciones sociales. Para el año 2015, con más de 3 mil millones de usuarios distribuidos en todo el planeta, cifra que representa el 42% de la población mundial, se ha convertido en el medio de comunicación más extendido de toda la historia de la humanidad, eliminando barreras del tiempo y espacio y posibilitando a la gente compartir información.²¹

2.4.1. Antecedentes históricos y expansión

El nombre de Internet procede de dos términos, “inter” que significa enlace o conexión y “network” que significa red, en función del significado de ambos términos se entiende al Internet como la “interconexión de redes”, es decir, como la red de computadoras interconectadas entre sí que ofrecen acceso y comparten información a través de un lenguaje común.

La historia de la red Internet se remonta al periodo anterior de la “guerra fría”.²² Según Castells (2005: 32), el Internet nace a partir de un audaz plan ideado en la década de los sesenta por los “guerreros tecnológicos” del Servicio de Proyectos de Investigación Avanzada del Departamento de Defensa de los Estados Unidos (Advance Research Projects Agency, ARPA), con el propósito de evitar la toma o la destrucción de las comunicaciones estadounidenses en caso de guerra nuclear, es decir, con el afán de establecer una red que no podría ser controlada desde ningún otro centro y que a la vez se halle conformada por miles de redes informáticas autónomas que tengan innumerables modos de conectarse, sorteando las diversas barreras electrónicas. Esta red que se inaugura en 1969, en el Pentágono o en el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, bajo el denominativo de ARPANET, acabó convirtiéndose en la base de una red de comunicación global y horizontal de miles de redes, de la que se han apropiado individuos, grupos y países de todo el mundo para toda clase de propósitos, bastante alejados de la preocupaciones militares de una guerra fría extinta (Moreno, 2010)

En 1980, se interconectaron una red de ordenadores de distintos Departamentos de ciencia de algunos Estados de Estados Unidos (EEUU) con ARPANET, estableciéndose lo que ahora se conoce como la red Internet. Sin embargo, “se toma enero de 1983”, como la fecha de nacimiento de Internet en vista de que en este momento el Departamento de Defensa de los Estado Unidos, decide usar el protocolo TCP/IP en su red ARPANET, creando la red ARPA INTERNET, que empezó a ser usada por otras agencias gubernamentales, entre ellas la NASA, por lo que su denominación fue evolucionando al de Federal Research Internet, TCP/IP INTERNET y finalmente se quedó con el nombre de Internet”

²¹ Información disponible en noticiascausayefecto.com/2015-comenzo-con-mas-de-3-mil-millones-de

²² Disputa surge en 1945 entre Estados Unidos y los países aliados, de un lado, y el grupo de naciones lideradas por la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). No hubo un conflicto militar directo entre ambas superpotencias, pero surgieron intensas luchas económicas y diplomáticas (Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98 © 1993-1997 Microsoft Corporation).

**Cuadro N° 5
CRONOLOGÍA DE LA
RED INTERNET**

Fecha	Hecho histórico
1957	URSS lanza el satélite Spunnik, EEUU crea ARPA.
1962	Aparece el libro de Paúl Baran, “Las redes de comunicación distribuidas”
1967	Primer plan sobre redes de conmutación o intercambio de paquetes.
1969	Nace ARPANET.
1973	ARPANET establece conexiones con Inglaterra y Noruega.
1975	Surge la versión comercial de ARPANET.
1983	Se cuenta en la red con 235 servidores a nivel mundial.
1984	Aumenta el número de servidores a 1.000.
1987	Se incrementan los servidores a 5.000.
1989	Aparece la WWW.
1993	Internet se introduce al público.
1993	Existe 100 World Wide Web Sites
1994	Se cuenta con 2.000.000 de servidores a nivel mundial.
1995	Se tiene a 4.000.000 de servidores y 30.000.000 de usuarios.
1996	Se crea el gigante de la Web, el buscador Google.
1996	Existe 90.000 World Wide Web Sites
1997	Existe 200.000 World Wide Web Sites
1998	Se tiene 148.000.000 de ordenadores conectados a Internet.
2006	En septiembre, surge el Facebook.
2006	Internet alcanza a los 1.100.000.000 de usuarios.
2008	Existe 6.300.000.000 World Wide Web Sites o páginas Web

Fuente: Elaboración propia sobre datos de Internet

Si bien los orígenes de la red Internet se remontan a fines de la década de los sesenta sólo a partir de la década de los ochenta se produce su expansión masiva y acelerada, convirtiéndose en algo imprescindible en la cotidianidad de miles de personas, grupos sociales e instituciones de casi todos los países del mundo, situación que ha determinado que cada 17 de mayo se celebre el Día Mundial de Internet.

Para el año 2010, contaba con más de 1.100.000.000 millones de usuarios distribuidos en todo el planeta y más de 11.500.000.000 de páginas Web. Debido a ello, se ha convertido en el medio de comunicación más extendido de toda la historia de la humanidad, eliminando barreras del tiempo y el espacio y posibilitando a la gente compartir información.²³

Datos estadísticos de la Unión Internacional de Comunicaciones (UIT), informan que para fines de 2014, había cerca de tres mil millones (3.000.000.000) de usuarios de Internet distribuidos en todo el mundo y que con más de 11.500.000.000 de páginas Web se ha convertido en el medio de comunicación más extendido de toda la historia de la humanidad, eliminando barreras del tiempo y el espacio y a la vez posibilitando a la gente compartir información.

2.4.2. Características y funciones

“El Internet es la interconexión de redes informáticas que permiten a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente a cualquier otro ordenador de la red”.²⁴ Para acceder a esta

²³ Wikipedia

²⁴ La red es la que hace posible la interconexión entre individuos o estaciones por medio de un sistema de comunicación por cable.

interconexión solamente se necesita de un ordenador o una computadora, (software de comunicación), un modem, (dispositivo que conecta la computadora a la línea telefónica con el afán de comunicarse con otras computadoras), una línea telefónica, un explorador o navegador y una conexión a un servidor Internet. Sin embargo, con el transcurso de los años y el desarrollo tecnológico han surgido nuevas formas de interconexión a través de redes inalámbricas, como ser el Wii Fi y los teléfonos celulares.

Los datos que transmite la red Internet “viajan” en pequeños paquetes de información desde una computadora personal hacia una computadora central y de ahí se “trasladan” hacia otras computadoras a través de distintos caminos o redes. Como la información viaja por cables de “fibra óptica” de una computadora a otra de manera veloz e instantánea, recibe la denominación de la “autopista de la información”. El Internet entendido como la “red de redes” o como la “superautopista de la información”, posibilita el acceso y consumo de una infinidad de mensajes que educan, comunican, informan, entretienen y divierten. Al respecto, Guardia (2008: 54) sostiene que “con todos sus recursos y submedios incorpora a su poderoso arsenal interactivo a todos los medios inventados en el pasado, comenzando por la pizarra, pasando por el correo, el teléfono, el cine, la radio, la televisión, el video, el libro, las revistas, los periódicos, el ordenador e incorporando nuevas formas y medios de comunicación e información”.

2.4.3. Principales servicios

Los servicios que ofrece la red Internet son diversos, múltiples y complejos. A interior de esta diversidad de servicios es posible identificar tres principales servicios: servicios en comunicación, servicios en acceso a la información y servicios de búsqueda de información.

Servicios en comunicación:

- Correo electrónico o “e-mail” es una aplicación o programa que posibilita intercambiar mensajes escritos entre dos usuarios o personas, es decir, enviar y recibir mensajes sin utilizar el correo tradicional sobre la base del papel. Sin embargo, no solo envía textos sino también otros documentos electrónicos. Para acceder a este servicio se debe contar con una dirección de correo electrónico.
- Grupos o foros de discusión o “newsgroups” que incluyen foros en línea donde diversos expositores plantean o debates temas específicos vinculados a un área temática o una región y permanecen en la red durante cierto tiempo con el afán de socializar información. La comunicación de estos foros se efectúa a través del correo electrónico.
- Lista de distribución o “mailing lists” que posibilita recibir información sobre un determinado tema a través del correo electrónico. Este servicio busca distribuir mensajes a varios usuarios de una vez, en lugar de enviar un mensaje individual a cada uno de ellos. Son útiles para compartir información en un servicio, institución o para organizar grupos de trabajo que necesitan estar permanentemente informados sobre determinada cuestión.
- “Talks” que permite entablar una conversación interactiva a través del teclado en tiempo real con otro usuario.
- “Interactiv realy chat” (IRC) servicio que posibilita mantener una conversación en tiempo real con varios usuarios de la red que se encuentran en distintas regiones del mundo.

- USENT es un servicio que implica la existencia de un conjunto de usuarios que forman un grupo de discusión para intercambiar ideas, opiniones, comentarios e investigaciones sobre un específico campo de interés.
- Facebook es un sitio web de redes sociales es gratuito para los usuarios quienes pueden registrarse a través de su correo electrónico. Este servicio les permite conectarse con diferentes personas o instituciones y a la vez crear perfiles que contienen fotos, listas de intereses personales e información privada o no. La visualización de estos datos de los miembros está restringida a los miembros de la misma red, a los amigos confirmados, o puede ser libre para cualquier persona. El Facebook contiene una variedad de servicios, entre los principales mencionara a: lista de amigos, chat, grupos y páginas, muro y fotos.
- Chat, teleconferencia y videoconferencia que posibilita establecer comunicación en tiempo real con otras personas cuyas computadoras están conectadas a la red por medio de mensajes y sin necesidad de estar conectados al mismo tiempo. Este servicio permiten conversar con otros usuarios no tan sólo escribiendo mensajes en la pantalla, sino también hablando por un micrófono y escuchando la voz por las parlantes de la computadora. Asimismo, ahora es posible ver al interlocutor.

Servicios de acceso a la información disponible:

- FTP (File Transfer Protocol) que posibilita el intercambio de archivos que no pueden ser transmitidos por correo electrónico. Contiene depósitos de archivos, donde se puede obtener copias de programas, documentos e imágenes libres de derecho de autor o a título de prueba por un tiempo limitado con los mismos. También este servicio posibilita publicar páginas en los servidores de la red, lo que implica reducir costos internacionales de comunicación y abrir nuevas posibilidades para la colaboración y coordinación de investigaciones, actividades institucionales y tareas cotidianas.
- TCP/IP Y PPP o protocolos de Internet permiten establecer una comunicación entre dos sistemas informáticos de diferentes arquitecturas y sistemas operativos.
- “Gopher” servicio que permite acceder al sistema de información de alguna universidad o institución pública o privada que pone a disposición de los usuarios cierta información mediante una serie de menús anidados.
- Downloads es un servicio gratuito que permite descargar programas documentos, juegos, videos, música y otras aplicaciones.

Servicios de búsqueda de información:

- World wide web o también conocida como la “web” contiene una colección de ficheros con información en forma de textos, imágenes, gráficos, sonidos, videos u otros contenidos multimedia. La conexión con otros ficheros se lo efectúa a través del “localizador universal de recursos”, palabras cuyas siglas en ingles son “URL”. Se accede a este servicio mediante un

navegador o buscador Web que recupera información, documentos o páginas Web y permite visualizarlos sitios utilizando hipèrenlaces.²⁵

- “Wais/wide Area Information Sever” posibilita buscar cualquier palabra o texto que se halla en base de datos, documentos, libros, revistas, entre otros, que se hallan indexados y circulan por Internet.
- “Archie” permite localizar el nombre de directorios o archivos contenidos en los servidores FTP a los que se tienen acceso. Este servicio proporciona la dirección en la que se encuentra el archivo buscado.
- “Verónica” posibilita a los usuarios realizar búsqueda en los “Gopher” existentes en todo el mundo.

2.4.4. Principales recursos

En el marco de esta tipología sobre los diferentes servicios que ofrece la red Internet señalar que los recursos más utilizados están relacionados al buscador Google, el correo electrónico, el chat y las redes sociales.

Google

El buscador Google es una herramienta que rastrea e indexa miles de millones de páginas web y documentos asociados. Esta empresa norteamericana se especializa en recursos, productos y dispositivos relacionados con la red Internet, entre sus principales productos se tiene al buscador “Google”, el correo electrónico “Gmail”, los mapas “Google Maps” y “Google Earth” y el sitio web de vídeos “You Tube”.

Correo electrónico

El correo electrónico es uno de los primeros servicios creados por la red Internet y el más utilizado para transmitir documentos como ser cartas, avisos, informes y textos. Este servicio permite a un usuario enviar y recibir mensajes escritos, sonoros o visuales, en los cuales pueden incluir archivos de texto adjuntos e imágenes fijas y en movimiento.

La gran ventaja de este servicio es que funciona los 365 días del año y las 24 horas del día, es rápido y efectivo y más sencillo y barato que enviar una carta, hacer una llamada telefónica o enviar un fax. Para acceder a este servicio es necesario crear una cuenta de correo electrónico que permita acceder a un servidor, siendo los principales servidores Hotmail, Yahoo y LatinMail.²⁶

Chat

El Chat etimológicamente significa “charlar” y hace referencia al dialogo o la conversación informal y amigable que se establece a través de la red. En el Internet, este servicio se vincula a un programa y a una aplicación informática de un determinado software creado para realizar comunicaciones escritas de manera interactiva y simultánea con uno o múltiples usuarios.

²⁵ es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web

²⁶ Messenger (MSN servicios de mensajería instantánea)

Con este servicio se puede enviar y recibir mensajes de texto, los cuales permiten establecer una “charla escrita” simultánea, virtual e interactiva con otros “chateadores” conectados a la red mediante un ordenador o computadora. Este servicio no solo permite enviar y recibir mensajes de texto sino también posibilita enviar imágenes, sonidos, archivos y programas. Además de ello, si el equipo u ordenador cuenta con un micrófono y una “cámara web” es posible escuchar y ver al interlocutor, a pesar de la distancia en un “tiempo real” y en “vivo y en directo”.

Redes sociales

El concepto de red social es anterior a la aparición de las NTICs, hace referencia a una comunidad de individuos conectados de alguna forma a través de amigos, familiares, compañeros de trabajo, inquietudes, necesidades o ideas. Hoy el término de red social al interior de la plataforma Web significa hacer que las personas se conozcan entre sí a través del Facebook, Twitter, LinkedIn o MySpace, términos que hace unos 20 años no tenían mucho significado y que hoy se constituyen en una “explosión” por la cantidad de usuarios que tienen y porque se han constituido en espacios virtuales privilegiados para la comunicación e información.

La red Internet posibilita la conformación y adscripción a las denominadas “redes sociales virtuales” que se hallan constituidas por comunidades que aglutinan a millones de personas que interactúan bajo un mismo formato. La idea de una red social es que los usuarios puedan conectarse entre sí desde un espacio centralizado donde comparten sus perfiles con información personal, fotos, videos y textos.²⁷

Según la Guía para la Implementación en Instituciones Educativas (2011), “las redes sociales son espacios de interacción virtual que visibilizan las conexiones existentes entre personas y permiten compartir las publicaciones que realizamos con los contactos que hemos incluido en nuestra lista de amigos”

2.4.5. Utilidades y repercusiones

La conformación de una “red de redes de computadoras” capaces de comunicarse entre sí, se constituye en algo más que un recurso tecnológico debido a que facilita la interacción, la comunicación, el esparcimiento, la organización, la recreación y el establecimiento de relaciones sociales. Asimismo, posibilita la conformación de un “mundo virtual” que cada vez satisface más las necesidades, expectativas e intereses de los usuarios que van desde la búsqueda de información, pasando por las nuevas formas de entretenimiento hasta alcanzar nuevas modalidades de comunicación.

Rojas (2005), sostiene que la “red Internet ofrece un mundo de infinitas posibilidades que el usuario sin moverse de la casa ni de la computadora, entre tantas y tantas aplicaciones, puede desarrollar las siguientes actividades”

- Conversar en forma instantánea con personas que se hallan en cualquier parte del mundo.
- Obtener información diversa y amplia sobre diversos temas.
- Transmitir cualquier tipo de datos.
- Escuchar música y ver videos.
- Leer periódicos locales y de otros países.
- Ver imágenes por satélite.

²⁷ La Razón, 28.07.10.

- Efectuar cursos a distancia.
- Realizar viajes virtuales.
- Conocer a personas y países.
- Comprar o vender mercancías y servicios.
- Grabar, copiar, transferir, guardar y acceder a información de audio, video y texto.
- Jugar en red.

En función de la posibilidad de desarrollo de estas actividades señalar que “mediante el internet se puede estar en contacto con amigos en lugares lejanos del planeta, conseguir información de la universidad en que se desea estudiar, realizar compras, vender y adquirir acciones, rentar un departamento, obtener información médica e inclusive conversar con los deportistas y políticos” (Fernández, 2009: 356)

El acceso y uso a los principales recursos de la red Internet está provocado profundos cambios no solamente en el campo de la comunicación, la información o el entretenimiento sino también en distintas dimensiones económicas, políticas, culturales e ideológicas de la sociedad que transitan desde lo individual pasando por lo social hasta alcanzar lo global.

En el campo de la comunicación, la red Internet a través de la “mensajería” o el “correo electrónico” y las “redes sociales está dejando atrás tradicionales formas de comunicación como ser el correo, el teléfono e inclusive el fax. En el ámbito de la información, está incrementando la modalidad y velocidad en la transferencia de información. En el ámbito económico, está cambiando formas de producción y comercialización en negocios o empresas. En el campo de la publicidad y propaganda, está generando nuevas formas de competencia y comercialización de mercancías. En el espacio político, está generando nuevas formas de organización y participación y movilización política. En el campo cultural, está incentivando el consumo cultural y la conformación de identidades culturales. En el contexto educativo, está permitiendo establecer nuevos esquemas y métodos educativos en el proceso enseñanza/aprendizaje. En el contexto familiar e individual, está provocando cambios en el comportamiento social e individual. En el espacio educativo, está permitiendo establecer nuevos esquemas y métodos educativos en el proceso enseñanza/aprendizaje a través del acceso a datos e información antes limitada o inaccesible.

Vinculado a los cambios que ha provocado la red Internet, Marcelo Guardia (1999: 54) señala que “la euforia con la que se celebró la llegada del Internet duró poco. No es que se terminó, sino que una nueva revolución habrá de ser la marca del inicio del siglo XXI. El teléfono móvil absorbió la red. Los celulares, con su gran ventaja de tener comunicación inalámbrica, ahora tienen la capacidad de grabar imagen fija y en movimiento, sonido. Además de ser teléfonos, tienen todos los recursos de la red Internet: navegación, chat, e-mail, mensajería instantánea, etc.”

2.4.6. Web 2.0

En principio, en la red internet un usuario se conectaba a la red mediante una computadora a un ordenador o servidor que ofrecían información a través de páginas Web que a su vez conducían a más información mediante los enlaces, hipervínculos o links. Esta búsqueda de información de servidor en servidor se denominaba navegar. Sin embargo, con el desarrollo de ciertas aplicaciones, esta navegación fue quedando corta y los usuarios muestran su deseo e inquietud de dejar su opinión y saber la opinión de otros sobre los que circulaba en los diferentes enlaces y poco a poco algunas páginas Web se adaptaron para instalar conversaciones, situación que va dar lugar a la conformación

de la llamada Web 2.0 que no es más que una base de datos que guarda la conversación entre los usuarios, los cuales pueden añadir, modificar, suprimir información de la base de datos y a la vez asociar nueva información y modificar la apariencia con la que se muestran dichos datos (Gómez, 2010).

Para ilustrar esta explicación este autor señala que cuando una persona está leyendo en internet un periódico “online” y se desconecta está utilizando la Web 1.0. En cambio, si “vota” por la noticia, la comenta e intercambia comentarios con otro usuario que también ha comentado dicha noticia y la guarda en sus “noticias favoritas, está utilizando la Web 2.0. La diferencia entre ambas es la base de datos, la una que solo permite el acceso a cierta información y la otra que posibilita modificarla y presentarla de manera diferente. De allí que se constata que esta tecnología web 2.0 que tienen la capacidad de albergar conversaciones se constituye en un aspectos fundamental para la conformación, desarrollo y expansión de las redes sociales.²⁸

Reina, Fernández y Nogue (2012), señalan que la Web 2.0. “es un fenómeno social en relación con la creación y distribución de contenidos en Internet, caracterizado por la comunicación abierta, la descentralización de autoridad, la libertad de compartir y usar, dentro de un enfoque que trata a las relaciones humanas como conversaciones”. En Web 2.0, resulta de suma importancia la participación de los usuarios a través de sus conversaciones, ya no son simples receptores pasivos sino receptores interactivos que no solo reciben contenidos sino que tienen la capacidad de crear, difundir información y mensajes.

La Web 2.0 es la segunda generación de las páginas Web 1.0 que se caracterizan por mostrar paginas estáticas y elaboradas por especialistas. En cambio, la Web 2.0 contiene planillas y aplicaciones prediseñadas para que el usuario pueda crear sus propias páginas e introducir contenidos propios. A partir de aplicaciones sobre todo gratuitas pueden modificar el contenido y/o formato existente, es decir, pueden crear sitios Web, blñogs, wikis, editar texto, audio y video. Asimismo, pueden crear páginas personales y establecer redes para interactuar con personas conocidas y/o desconocidas.

Con la Web 2.0, la Web deja de ser un simple entorno que muestra contenidos para convertirse en una plataforma abierta, construida en una plataforma abierta, construida sobre una arquitectura construida sobre la participación de los usuarios. Alrededor del concepto Web 2.0 giran una serie de términos y conceptos que retroalimentan esta evolución una de ellas es la conocida como redes sociales (Pinto, 2010).

La particularidad de la Web 2.0 es que no ha sido construida por “programadores especialistas” sino que ha sido conformada por la propia red y la participación de los propios usuarios desde ámbitos públicos y privados, esta realidad es la que explica la “explosión” de los denominados “blogs”, “Facebook”, “Twitter”, “Lindekin”. Como bien lo expresan Gálvez y Calderón (2012; 50), “la Web 2.0 abrió las puertas del internet a personas que a través de las nuevas herramientas, consiguieron publicar, difundir y compartir sus propios contenidos con otros usuarios”.

Pinto (2010) señala que la educación ha sido una de las disciplinas más beneficiadas con la adecuación de las nuevas tecnologías, especialmente las relacionadas a la Web 2.0. Debido a ello, resulta

²⁸ El término Web 2.0 fue acuñado por el americano Dale Dougherty de la editorial O'Reilly Media durante el desarrollo de una conferencia en el año 2004. El término surgió para referirse a nuevos sitios web que se diferenciaban de los sitios web más tradicionales englobados bajo la denominación Web 1.0.

fundamental conocer y aprovecharla los nuevos dispositivos digitales que proporcionan una serie de potencialidades a la educación y la investigación, incluso en el argot académico algunos especialistas ya hablan del "Aprendizaje 2.0" y/o la "Universidad 2.0". En relación a este último punto, Reina, Fernández y Noguer (2012), citando a Muñoz (2009), señalan que para alentar la introducción del modelo de "Universidad 2.0" se deben establecer los siguientes cinco pasos:

1. Mentalizar al docente de que el conocimiento es abierto.
2. Orientar los campos virtuales hacia las tareas administrativas y la reingeniería de procesos jurídicos y administrativos.
3. Fomentar y dar incentivos en la introducción de herramientas Web 2.0 de fácil comprensión como ser blogs y wikis.
4. Fomentar y dar incentivo en la creación de redes abiertas, especialmente entre los docentes.
5. Pasar de un modelo basado en la evaluación del rendimiento individual a un modelo mixto que dé cabida al trabajo colaborativo y a otras formas de aprendizaje y aptitudes definitorias de la Web 2.0.

2.4.7. Internet y redes sociales

La red Internet expresa un rápido y continuo crecimiento, mejorando sus aplicaciones y servicios y a la vez incrementando la calidad y velocidad de envío y recepción de datos, documentos e información multimedia. Debido a ello, no es casual que cada día se incrementen las páginas y los sitios Web y se conecten cada vez más y más personas. En este contexto de constantes cambios la red Internet en los últimos años ha estado direccionada a mejorar las relaciones sociales a través del correo electrónico y la creación de páginas Web vinculadas a la creación y difusión de las redes sociales. Esta inquietud ha dado lugar al establecimiento de espacios virtuales de comunicación y de encuentros no territoriales o espaciales a través de la conformación de las redes sociales. De esta manera se ha llegado a establecer una relación muy estrecha entre Internet y redes sociales, pues estas últimas no existirían y no podrían ser utilizadas sin la red Internet.

Esta relación, Internet y redes sociales, ha permitido que las personas se comuniquen e interactúen con otras personas de distintos espacios sin la necesidad de su presencia física, es decir, ha posibilitado entablar conversaciones e intercambiar inquietudes entre personas de diferentes lugares, dando lugar a la conformación de comunidades sociales virtuales. Esta nueva forma de comunicación ha posibilitado que en distintos espacios tanto públicos como privados surja la posibilidad de interactuar con otras personas a través de una serie de dispositivos tecnológicos, preferentemente a través de una computadora o un teléfono celular.

2.4.8. Efectos positivos y negativos

De acuerdo a la literatura revisada se ha constando que existen dos posiciones enfrentadas que se polarizan la creencia de que red, por un lado, tiene aspectos positivos y, por otro lado, posee aspectos negativos.

Los que comparten la primera visión expresan que el Internet ofrece innumerables ventajas para la organización y el desenvolvimiento de actividades individuales y colectivas en diferentes ámbitos. De acuerdo a la literatura revisada entre los positivos se menciona a:

- La comunicación es más fluida.
- La facilidad y rapidez en el acceso de información.
- El acceso las 24 horas del día.
- La inexistencia del riesgo de la adicción

Los que comparten la segunda visión señalan que no todos los cambios que ha generado la red son positivos sino que existen innumerables desventajas como ser:

- La mala información y publicidad engañosa.
- La existencia de posibilidades para la adicción.
- El fomento al consumo.
- La saturación de información.

2.5. Redes sociales

Una red social hace referencia a un conjunto o una aglomeración de actores sociales o institucionales, es decir, a un grupo de personas, grupos o instituciones que se encuentran relacionados entre sí sobre la base de determinados criterios como ser una relación profesional, laboral, gremial, educativa o de amistad y/o parentesco. Con este significado básico se habla de redes sociales en Internet que se constituyen en sitios Web que permiten que los individuos establezcan grupos en base a criterios que ellos mismos eligen y a la vez se conozcan entre sí a partir de intereses compartidos. La red social es una página o sitio Web en la que los usuarios conectados intercambian información personal y contenidos de multimedia, llegando a establecer una comunidad virtual e interactiva de “amigos” y de “amigos de amigos”.

Una red social como una “comunidad virtual”, es decir, como una plataforma de la red Internet que agrupa a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes, busca establecer contactos con personas de distintos lugares. Sin embargo, conviene aclarar que una red social no es lo mismo que una comunidad virtual, ya que en la red social los vínculos entre los usuarios son infinitos y no necesariamente tienen un interés común, mientras que la “comunidad virtual” se conforma precisamente sobre la base de intereses comunes.

Según Castro (2010), las “redes sociales en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los propios usuarios”. Por su parte, Díaz (2010) sostiene que las redes sociales son sitios o espacios en la red Internet que cuentan con una serie de herramientas tecnológicas muy sencillas de utilizar que permiten la creación de comunidades de personas en las que se establece un intercambio dinámico por diferentes motivos: espacios para conocerse, intercambiar ideas y reencontrarse con otras personas; ofertar productos, servicios y realizar negocios; compartir e intercambiar información en diferentes medios y buscar empleo o talento.

En función de estas consideraciones teóricas se puede decir que las redes sociales son comunidades o espacios virtuales, es decir, sitios Web de la red Internet que agrupan a personas conocidas y/o desconocidas para que se relacionen entre sí y compartan información o intereses, necesidades o expectativas comunes. Entonces se llama red social no únicamente al grupo de personas sino al sistema virtual que los aloja y les brinda algunos servicios específicos para establecer un proceso de comunicación a grandes distancias.

2.5.1. Orígenes y expansión

A mediados de la década de los noventa, aparecen los primeros sitios Web que incentivan la conformación de redes a través de “círculos de amigos en línea”, denominativo que inicialmente se utiliza para describir a las relaciones sociales en comunidades virtuales. Con el transcurso del tiempo, estos círculos de amigos en línea se popularizan con la llegada específica de las redes sociales que no solo se constituyen en espacios virtuales para reencontrar o crear amigos sino también en sitios para intercambiar expectativas e intereses afines.

Con relación a estos antecedentes históricos, Valenzuela (2013), sostiene que para hablar de redes sociales se tiene que mencionar a la World Wide Web y la Web 2.0, esta última que permitió al consumidor sin ser un experto/técnico o especialista generar información en distintos formatos y entornos. Sobre la base de explicación de esta especialista señalar que la historia de las redes sociales han transitado por las siguientes etapas:

1971, se envía el primer correo electrónico entre dos computadoras, una a lado de la otra.

1995, la Web alcanza al millón de sitios, algunos de ellos ya ofrecen a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias en línea a través de la publicación de su propio contenido y la conexión con otros usuarios de intereses similares. En este mismo año aparecen los primeros antecedentes de las redes sociales, cuando el ex universitario norteamericano Randy Conrads crea una red social en Internet bajo el nombre de “Classmates” (compañeros de clase.com), para conectar y mantener el contacto con antiguos compañeros de estudios. Para algunos autores esta es la primera red social que posibilita luego la conformación de Facebook pues permite el contacto de alumnos y ex alumnos.

1997, aparece “Sixdegrees” (seis grados.com), que se constituye en el primer sitio web de redes sociales que permite crear “perfiles de usuarios” y “listas de amigos”.

2003, surge MySpace (www.myspace.com) que se constituye en una de las redes sociales pioneras. Esta red fue instituida con el propósito de atraer usuarios adolescentes y “veinteañeros” que buscaban contactarse “online” y a la vez compartir cierta información. También en este año aparecen LinkedIn y Facebook, esta última es una plataforma virtual que sirve para conectar estudiantes de la Universidad de Harvard.

2005, YouTube comienza como servicio de alojamientos de video y MySpace se convierte en la red social más importante de Estado Unidos. En este año también se dice que las redes sociales son los sitios más visitados y populares de internet, entre las cuales en orden de importancia se menciona a Facebook, Google+, Twitter, YouTube, LinkedIn e Instagram.

2006, se inaugura la red social de Microblogging Twitter y Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día.

2009, en este años se dice que existen 200 redes sociales con más de 850 millones de usuarios en todo el mundo.

2010, Google lanza Google Buzz sui propia red social integrada con Gmail y Facebook crece a cerca de 550 millones de usuarios, se expanden Twitter, LinkedIn y YouTube.

2011, LinkedIn se constituye en la segunda red más popular de los Estado Unidos con 33.9 millones de visitas al mes. Se lanza Google+ la nueva propuesta de red de Google.

2012, Facebook supera la cifra de 1.000 millones de usuarios e Instagram alcanza a los 100 millones de usuarios.

Entre las redes sociales más populares se tiene a MySpace²⁹, Facebook, Twitter y Sonico, en la actualidad una de las redes sociales virtuales más populares es el Facebook que en el año 2010 contaba con más de 400 millones de usuarios y para el año 2013 se estimaba que el número de usuarios habría alcanzado a aproximadamente 1.060 millones de usuarios.³⁰

La distribución de estos usuarios por red social se presenta en el siguiente cuadro

Cuadro N° 6
USUARIOS POR RED SOCIAL
2013

Red Social	En millones
Facebook	400
MySpace	274
Twitter	105
Hi5	80
Tagged.com	70
Orkut	67
LinkedIn	43
Flickr	32
Fotolog	20
Sónico	17
DevianART	9
Total	1.117

2.5.2. Características y objetivos

Gómez (2010), sobre la base a la información de un artículo académico de una Universidad californiana señala que para hablar de redes sociales en Internet tiene que necesariamente existir tres aspectos: 1) Puede construirse un perfil personal, 2) puede establecerse conexiones o amistades con otros usuarios y 3) puede consultarse quienes son tus amigos y los amigos de tus amigos. La primera red que cumplía estos requisitos fue “SixDegrees” que apareció en 1998.

Las redes sociales se basan en la teoría conocida como “seis grados de separación” formulada por Karinyth en 1929 y postula que todas las personas del mundo se hallan contactadas entre sí con un

²⁹ Según la separata del periódico La Razón “Punto Web 03”, MySpace tiene un estimado de visitantes mensuales que supera los 50 millones, fue adquirido por Fox en el año 2006 y tienen oficinas en todo el mundo, aunque en los últimos tiempos ha tenido que reestructurarse debido a la crisis internacional y la competencia de otras redes.

³⁰ www.merca20.com/facebook-2013-1060-millones-de-usuarios/

máximo de seis personas como intermediarios en la cadena que crece exponencialmente conforme el número de conexiones, dando por resultado que sólo se necesita un número pequeño de estas conexiones para formar una red que conecta a todos, haciendo teóricamente posible el hacer llegar un mensaje a cualquier persona en el mundo

Las redes sociales pueden ser de dos tipos “generalistas”, buscan facilitar las relaciones sociales y “profesionales” fomentan las relaciones entre profesionales y en función de ello tienen diversos objetivos, entre los principales mencionar a los siguientes:

- Difundir información de manera rápida, gratuita y de gran alcance
- Establecer relaciones con personas que comparten los mismos intereses
- Generar la interacción entre usuarios en diversos campos
- Fomentar la acción colectiva.

En función de estos propósitos u objetivos se establece la denominada “3 C” de las redes sociales: comunicación (estimulan el diálogo), comunidad (permiten integrar grupos afines) y cooperación (promueven acciones compartidas). A partir de la interrelación y retroalimentación de estas “3C” las redes sociales han modificado el modo de relacionarse, comercializar, informarse y de generar una nueva cultura.

2.5.3. Tipo de redes sociales

Existe una diversidad de redes sociales, pues hay redes artísticas, profesionales, musicales, deportivas, políticas, educativas, laborales, familiares, etc. En tal sentido, se podría decir que hay redes sociales para cada afición, inquietud, propósito y tema específico. Se sostiene que en la actualidad existen más de 200 redes sociales que si bien son bastante diferentes, en función de los objetivos que persiguen se las puede agrupar en cuatro grandes grupos:

1. Redes sociales de carácter personal (Facebook, Twitter y MySpace)
2. Redes sociales profesionales (LinkedIn, Xing, Viadeo y Plaxo)
3. Redes sociales temáticas (cuentatuviaje.net, Musicmakesfriends.com)
4. Redes sociales de escala local (Tuenti, Hyves)

Entre las redes sociales que tienen como objetivo fundamental el “de conocer nuevos amigos o reencontrarse con ellos” se tienen a las siguientes:

MySpace ([www. MySpace.com](http://www.MySpace.com)), nace en 2003 y es la segunda en importancia. Si bien es utilizada por jóvenes y adolescentes como un sitio social es más popular por permitir crear perfiles de “personas públicas” principalmente vinculados a la farándula, convirtiéndose en una plataforma de promoción de cantantes y de grupos musicales.

Facebook (www.facebook.com), creada en 2004 y que se constituye en la red social más popular sobre todo en los jóvenes y adolescentes. A través de esta red se publica información personal, se suben fotografías, se comparten videos, música e información y se extiende la red de amigos.

Twitter (www.twitter.com), creada en 2006 y es la tercer en importancia con la particularidad de que permite a los usuarios enviar pequeños textos de no más de 140 caracteres.

Entre las redes sociales que tienen como objetivo fundamental el “de contactar profesionalse y empresas” se tienen a la siguiente:

Linkdln ([www. Linkdln.com](http://www.Linkdln.com)) fundado en 2002 y lanzado el 2003 tienen más de 400 millones de usuarios y se constituye en una red social para profesionales quienes se registran en este sitio Web incorporando datos personales, profesionales y trayectoria laboral.

A nivel regional, las redes sociales más conocidas son “Badoo”, “Facebook”, “Google+”, “MySpace”, “Sonico” “Youtube” y “Twitter”. En cambio, a nivel nacional, una de las redes sociales más conocidas es el Facebook.

2.5.4 Acceso y tipo de usuarios

El acceso y uso de los servicios de una red social está en relación al desarrollo de las siguientes actividades:

- Crear un perfil de usuario. Para ser parte de una red social es necesario crear un “perfil” a través de un correo electrónico y en cual se incorporara ciertas características del usuario en términos de nombre, edad, dirección, actividades gustos, intereses, etc.
- Incorporar a los amigos. Una vez que se ha creado el perfil de usuario se invita a ciertos amigos a ser parte de su red. Esta invitación se la efectúa a través de un mensaje el mismo que puede ser aceptado o rechazado.
- Intercambiar datos e información. Después de haber conformado un grupo de amigos en la red social el usuario puede comunicarse con ellos y se puede subir y/o intercambiar mensajes, fotografías, videos, música, etc.
- Hacer crecer la lista de amigos. Con el afán de agrupar y lograr más amigos, los usuarios continúan invitando a más gente a participar de la red, es decir, se intenta incorporar “amigos de amigos” y de este modo expandir la lista de amigos.

A partir del tratamiento de estos pasos se advierte que el propósito fundamental de las redes sociales es la “conocer gente y tener más amigos”. Por ello, no es casual que se afirme que “coleccionar amigos se ha convertido en un deporte a nivel mundial” (Amores, 2011: 3). En efecto, se advierte que las redes sociales permiten que los usuarios construyan su propia “página Web” en la que pueden describir y dar a conocer quiénes son y cuáles son sus necesidades, aspiraciones, deseos, simpatías y aficiones. Además, posibilita que se suban fotografías, textos, juegos, links comentarios, videos, música y otras aplicaciones.

Si bien resulta muy dificultoso establecer una tipología acerca de los diferentes consumidores de las redes sociales, un estudio realizado por Ofcom ha establecido los siguientes tipos de usuarios.³¹

Socializadores alfa:	Personas que utilizan las redes sociales para coquetear, conocer nuevas personas y entretenerse.
Buscadores de atención:	Personas que crean un perfil para buscar atención y recibir comentarios de otras personas para ello publican una foto y personalizan sus perfiles.
Seguidores:	Personas que se inscriben en las redes sociales para mantenerse al día con sus amigos.
Fieles:	Personas que usan las redes para reavivar viejas amistades de colegio o de la universidad
Funcionales:	Personas que utilizan las redes sociales más ocasionalmente para propósitos más concretos y particulares.

2.5.5. Ventajas y desventajas

Al igual que sucede con los diferentes recursos de las NTICs, los usos que se le dan a las redes sociales son diversos y complejos, los mismos que pueden generar una serie de ventajas o aspectos positivos entre los cuales mencionar a los siguientes:

- Son sitios Web gratuitos.
- Ahorran tiempo.
- Eliminan distancias.
- Reducen costos
- Comunican con diferentes personas.
- Conectan con instituciones y personas
- Permiten compartir necesidades e intereses.
- Posibilitan el intercambio de conocimiento
- Promueven movimientos e ideologías
- Permiten hallar oportunidades de empleo
- Utilizan como medio de publicidad

Beneficios de las redes sociales

- Conforman nuevas formas de socialización con demás personas de diferentes países y culturas.
- Generan conocimiento sobre nuevas culturas y países desde donde se encuentra el usuario.
- Facilitan el compartir archivos multimedia (videos, fotos, música) con familiares y amigos
- Posibilitan conocer y estar en contacto con nuevas marcas, nuevos productos y servicios.
- Enterarse de nuevas noticias.

³¹ Extraído de <http://www.ofcom.org.uk>

Desventajas del uso de las redes sociales

Si bien en las redes sociales hay grandes ventajas también existen grandes desventajas o dificultades como ser las siguientes:

- Posibilitan conectarse con antisociales.
- Existen anonimatos
- Difunden maliciosamente fotos o videos familiares
- Conducen información a personas equivocadas
- Violan la privacidad de los usuarios
- Permiten el robo de identidad

Los que se adscriben a la visión negativa del uso de las redes sociales son los que desde una “visión adultista estereotipada” reclaman la existencia de un ordenamiento jurídico que regule y controle su funcionamiento. Así, por ejemplo, en el país se plantea la necesidad de establecer normas porque “hay que pensar de una vez por todas en una normativa jurídica que pueda controlar la publicidad principalmente del Facebook. Eso no es atentar contra la libertad de pensamiento y de expresión, sino fundamentalmente es evitar un daño moral a nuestros niños y jóvenes”.³²

2.6. Facebook

Al interior de las NTICs uno de los recursos más populares es la red Internet y dentro de esta red el segundo “sitio web” más visitado después de Google es la red social denominada Facebook que se encuentra abierta a cualquier persona que tiene una cuenta de correo electrónico.

El Facebook permite conectarse a las personas a través de la red Internet para compartir recursos, impresiones e información con gente que ya se conoce a través de aplicaciones como ser el de amigos, los grupos y páginas, el muro y los juegos en línea. Asimismo, posibilita adscribirse o conformar grupos, sociales, familiares, laborales, educativos o institucionales para mantener “conectados” a sus miembros y publicar e intercambiar información entre ellos. Los usuarios del Facebook publican información personal, laboral y profesional, suben fotografías, comparten música o videos, chatean y conforman comunidades virtuales según sus inquietudes e intereses. Al realizar y/o reforzar sus contactos con amistades de distintas partes del mundo en “forma diaria millones de personas actualizan sus datos, describen sus actividades, comparten lo que hicieron un fin de semana, suben fotos a la red o visitan los perfiles de otros usuarios”.³³

Ser parte del Facebook permite construir un grupo de contactos que son exhibidos en la “lista de amigos”, la cual está conformada por amigos personales que sé conoce o por amigos de amigos a quienes se puede transmitir estados de ánimo, experiencias personales y/o compartir ciertos recursos. Sin embargo, aclarar que en las redes sociales el término de “amigo” tiene un significado diferente al tradicional cotidiano, pues es “amigo” aquel usuario que ha sido invitado a visitar un sitio personal de la red.

Según Rocha (2010), el Facebook es considerado como la red social más importante y se constituye en el espacio de socialización por excelencia al interior de la red Internet. Este sitio web fue tomado por

³² Declaraciones a ERBOL por parte del Vicepresidente de la Cámara de Diputados y representante del Movimiento Al Socialismo (15.09.15)

³³ Ídem.

los jóvenes para hacer de Facebook su espacio preferido y que ante el potencial comercial que representa u ofrece ha sido “retomado” política y comercialmente por los adultos.

2.6.1. Historia y expansión

El Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales que fue creado en febrero del año 2004, por el estudiante de la Universidad de Harvard de Estados Unidos, Mark Zuckerberg. Inicialmente se hallaba restringida a los estudiantes de esta universidad y se populariza a partir de 2006, aparece en su versión española a mediados de 2007 y luego es traducida en 70 idiomas.³⁴ La idea que inspiró a crear el Facebook fue la publicación anual de la Phillips Exeter Academy que anualmente publicaba un listado con las fotos de los alumnos.

En la actualidad, una de las redes sociales virtuales más populares es el Facebook que para el año 2010 contaba con más de 400 millones de usuarios.³⁵ Para el año 2013, se estima que a nivel mundial el número de usuarios del Facebook ha alcanzado a 1.060 millones.³⁶ En el año 2014, se estima que el Facebook supera los 1.280 millones de usuarios activos, de los que 609 millones acceden diariamente desde dispositivos móviles.³⁷

2.6.2. Funcionamiento y aplicaciones

Antes las personas para comunicarse e informarse utilizaban las cartas manuscritas y luego mediante los teléfonos. Ya en sociedades contemporáneas la comunicación e información se hizo más rápida e instantánea a través del correo electrónico y el Facebook que han eliminado las barreras del tiempo y el espacio y han modificado tradicionales formas de conversar, compartir y socializar mensajes. El éxito del Facebook en relación a otras tradicionales formas de comunicación, inclusive el correo y el teléfono celular, radica en la diversidad de servicios y aplicaciones que ofrece sobre todo para compartir información y conformar grupos de manera rápida. A través de este medio la información “vuela” entre personas o grupos que comparten los mismos intereses, visiones y pensamientos modificando de este forma la manera de organización individual y colectiva. Se puede llegar a mucha gente conocida y desconocida de un modo que antes no se podía hacer

El acceso y uso este servicio que es gratuito se lo efectúa a través de un correo electrónico de manera individual o colectiva. Al respecto, manifestar que en el Facebook existen dos tipos de cuentas: la personal o individual que es gratuita y a la que puede acceder cualquier usuario y la empresarial que posibilita el encuentro entre empresas y clientes, en algunos casos su acceso y uso es gratuito y en otros tienen un costo económico.

La apertura de una cuenta Facebook permite al usuario entrar a una red social que conecta, amigos, familiares y otras personas o instituciones a quienes se los puede ubicar a través de su correo electrónico, nombre o apellido. Asimismo, posibilita crear perfiles que contienen información personal e intercambiar mensajes públicos o privados entre el grupo de “amigos” y/o “amigos de amigos”. La visualización de estos datos puede estar restringida o ser libre para cualquier persona.

³⁴ Un sitio web, es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW).

³⁵ Revista Especializada de Ciencia y Computación, El Diario, 17.05.10

³⁶ sisgecom.com/tag/red-social/

³⁷ cincodias.com › Tecnología

Después de crear una cuenta el sistema señala quienes tienen ya un perfil de Facebook y a la vez indica que personas quieren incorporarse a la red de amigos, situación que puede ser aceptada o rechazada a través de un “clic”. Para ello, se envían mensajes a ciertas personas invitándolas a ver determinada cuenta de Facebook. En caso de ser “aceptado” se puede acceder a la información pública del “amigo” quien puede hacer lo propio con la del usuario. A través de esta aplicación acercarse o en su defecto alejarse de una determinada persona. Al respecto, señalar que en algunos países se ha introducido una aplicación que genera datos de localización y a través de estas aplicaciones una persona puede evitar un encuentro no deseado o incómodo.

El Facebook tiene varias herramientas o aplicaciones siendo el más popular el denominado “muro” que es un espacio que permite a cada usuario publicar y comentar ciertos mensajes de texto y de contenido de multimedia, es decir, entre otras cosas, posibilita escribir mensajes, colocar fotografías, ver videos, comunicar noticias, establecer conversaciones, crear eventos, compartir enlaces y armar grupos

En la aplicación “información” se puede hacer público fecha de nacimiento, lugar de residencia, estado civil, estudios realizados, carrera profesional, actividad laboral y ciertas preferencias y aficiones sociales, políticas, culturales o deportivas. Al respecto señalar que ninguna de las redes sociales obliga a los usuarios a divulgar información personal familiar, laboral y de otra índole, es más ofrece medios para limitar o restringir el acceso a ciertos datos personales.

Otra aplicación útil son las “fotos” que permite publicar y compartir fotografías a las que se puede añadir una “descripción” y “etiquetar” a quienes salgan en ellas. Sin embargo, existe la posibilidad de anular dichas “etiquetaciones”

2.6.3. Restricciones y control

Si bien no existen restricciones para acceder y crear una cuenta de Facebook se debe tomar en cuenta que existen ciertos riesgos, sucede que en muchos casos algunos usuarios han publicado demasiada información e imágenes que han sido utilizados por algunas personas para desarrollar algunos actos disociales y/o delincuenciales. En función de esta realidad son varias las instituciones y los grupos sociales que han desarrollado una serie de recomendaciones, entre las cuales, mencionar a las siguientes:

Consejos para utilizar las redes sociales:

- Configurar adecuadamente la privacidad para que el contenido que se publique solamente pueda ser accesible a determinadas personas.
- Evitar publicar información personal como dirección, número de teléfono, número de celular, etc.
- Considerar que cuando se publica una fotografía se pierde el control de su difusión y duración, aunque después se la borre no desaparece de la red.
- Guardar las conversaciones del chat ya que puede ser útil en caso de problemas o dificultades

Valenzuela (2013), en cuanto a la seguridad en el uso de las redes sociales señala los siguientes puntos a considerar:

- Leer previamente las políticas de uso y de privacidad de una red social.
- Analizar la conveniencia de la información antes de la publicación.
- Valorar qué información se desea compartir y con quién.
- Controlar la lista de contactos asegurando que los integrantes sean confiables.
- Controlar las aplicaciones que se agregan a la red social debido a que continuamente implican vulnerabilidad para la cuenta y sus usuarios.
- Utilizar contraseñas seguras para evitar la suplantación de personalidad.
- Buscar asesoría técnica en casos de tener dudas sobre el comportamiento del sitio.

Un especialista en redes sociales señala 4 aspectos que se tienen que tomar en cuenta para el uso del Facebook: 1) Infórmese bien acerca del Facebook; 2) Piense para qué va a usar Facebook; 3) Revisar las opciones de seguridad que ofrece Facebook y aprendan a manejarla bien y 4) Tener cuidado con todo lo que se hace en Facebook.³⁸

La propia empresa Facebook proporciona varias aplicaciones para que los usuarios establezcan sus propios mecanismos de control en el acceso y uso de esta red social. Cuando no se activan ciertas restricciones, cualquier otro usuario puede ver y copiar información, fotos, textos, imágenes u otros archivos digitales. Para evitar esto existen algunas formas de controlar y personalizar el perfil social como ser por ejemplo: publicar en el perfil solo algunos datos, personalizar el perfil y denuncia mensajes no deseados.

En la parte superior derecha hay un candado, con esta opción se puede elegir quienes pueden ver la información que se ha publicado en el perfil puede ser solo el usuario, sus amigos, amigos de sus amigos o todo el público. Se puede evitar la llegada de mensajes mediante dos filtros. Se los puede bloquear con dos opciones: el filtro básico y el estricto. El segundo admite mensajes de los conocidos, pero los de la gente extraña son desviados.

De igual manera se puede bloquear las imágenes en las que aparece el dueño de la cuenta. Muchas veces por este medio sucede el acoso, es por eso que el usuario puede eliminar de su perfil una fotografía que no es de su agrado, pero también puede hacer conocer que no le gusta dicha imagen y la persona que la compartió será notificada.

Se recomienda abstenerse de publicar todos los datos porque la gente mal intencionada sabe muy bien cómo crear identidades falsas para “acercarse” a determinado usuario. El portal de Facebook no debe convertirse en una necesidad básica.

³⁸ Disponible en www.eabolivia.com/.../1977-bolivia-frente-a-la-presencia-de-facebook.h

2.6.4. Estudios y curiosidades

Desde la aparición y la expansión del Facebook se han realizado diferentes estudios realizados por una serie de investigadores particulares, empresas, organizaciones y universidades con el propósito de establecer los efectos y las repercusiones que está provocando a nivel individual y social en diferentes ámbitos públicos o privados. Algunas de estas investigaciones se han realizado con cierto rigor metodológico y otras con cierta ligereza metodológica. Debido a ello, se puede encontrar una diversidad de resultados empíricos muchas veces contradictorios y polémicos. A continuación se presenta algunas conclusiones a las cuales han arribado ciertos estudios:

- El Facebook puede ocasionar locura.
- El Facebook puede disminuir la soledad.
- El Facebook puede mejorar la vida.
- El Facebook puede disminuir la autoestima.
- El Facebook puede arruinar el romanticismo.
- El Facebook puede influir negativamente en las relaciones de pareja.
- El Facebook puede obstaculizar el crecimiento personal.
- El Facebook puede socavar el bienestar y la felicidad.
- El Facebook puede mejorar la autoestima.
- El Facebook pueden provocar trastornos psicológicos.
- El Facebook puede incentivar la soledad.
- El Facebook puede disminuir el autocontrol.
- El Facebook puede despertar la envidia.
- El Facebook puede ocasionar stress.
- El Facebook puede influir en el estado de ánimo.
- El Facebook puede ocasionar problemas de pareja.

Curiosidades del Facebook

- Surge para los alumnos de la Universidad de Harvard.
- Está disponible en más de 70 idiomas.
- Trabajan más de un millón de desarrolladores y programadores en páginas y aplicaciones.
- Existen más de 1.200 millones de usuarios activos.
- En promedio cada usuario tiene 130 amigos.
- Aproximadamente más de la mitad de los usuarios se conecta diariamente.
- Cada usuario aproximadamente se conecta 55 minutos diarios.
- Cada usuario es miembro de alrededor de 13 grupos diferentes.
- Más de la mitad de los usuarios son mujeres.
- Grupos de edad de los principales usuarios fluctúa entre los 18 y 25 años.
- Menos del 1% de los usuarios en Sudamérica tienen más de 65 años.
- Estados Unidos es el que tiene el mayor número de usuarios, 111 millones.
- Países sudamericanos con mayor participación Colombia, Chile y Argentina.
- Principalmente se tienen acceso a este servicio a través de teléfonos móviles.

2.6.5. Ventajas y desventajas

Al igual que las NTICs, la red Internet, las redes sociales, en el Facebook también se habla de aspectos controversiales en términos de aspectos positivos y negativos. Entre los segundos se menciona al acoso en línea, la incitación al odio, el “phishing”, la invasión a la privacidad y la pérdida de productividad.

Ventajas de la red social Facebook en el campo de la educación

- Acceso a universidades, centros, departamentos de enseñanza u otros centros de interés educativo.
- Comunicación instantánea y fluida entre docentes y estudiantes mediante el correo electrónico y el Facebook.
- Acceso a software de libre distribución.

2.6.6. Circuitos mediáticos e industria cultural

En este capítulo se habló de estos tres recursos de las NTICs, la red internet, las redes sociales y el Facebook, de manera aislada o separada. Sin embargo, es necesario mencionar que esta disgregación solo obedece a cuestiones metodológicas, pues en la práctica estos recursos se presentan de manera simultánea, compatibles, interrelacionada y retroalimentada.

Según Sarena (2006), esos tres recursos de las NTICs funcionan como un espacio simbólico interconectado como una especie de macro red tecnológica, es decir, como un “circuito mediático” que posibilita el intercambio de prácticas y significados donde cada uno de esos recursos se refiere a otros y a sí mismo. Así, por ejemplo, para estar en la red social Facebook, una persona se tiene que conectar a través de un teléfono celular o una computadora a la red Internet.

Los recursos de este circuito mediático son producidos y reproducidos por poderosas industrias que los distribuyen conforme a criterios de mercado, en el que prevalecen los intereses no de los usuarios, sino de los agentes económicos que controlan el sector y que actúan no en función de la lógica de la comunicación e información sino bajo la lógica del capital que determina las características del acceso y consumo de estos medios y recursos.

El sector que produce estos bienes que contienen alta tecnología es conocido como la “industria cultural”, concepto que fue incorporado por los alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer, ambos pertenecientes a Escuela de Frankfurt, en el artículo "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas", con el afán de efectuar una crítica a la función que estaban desarrollando algunos medios de comunicación masiva como el cine, la radio y la fotografía en sociedades desarrolladas luego de la Primer Guerra Mundial. En función de esta crítica señalan que esta industria cultural "defrauda continuamente a sus consumidores respecto a aquello que les promete".

Zallo (1988: 26), define a las industrias culturales como “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas, finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social.”

Cuadro N° 7
USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Tecnología	Aplicaciones	Prácticas
Internet	Comunicación Información Entretenimiento	Navegar Buscar información Acceder a información Extraer información
Redes sociales	Comunicación Información Entretenimiento	Establecer contactos Mantener contactos Conformar grupos Interactuar con otros Emitir mensajes Emitir información Compartir información
Facebook	Comunicación Información Entretenimiento	Establecer contactos Mantener contactos Conformar grupos Interactuar con otros Emitir mensajes Emitir información Compartir información

2.7. NTICs en Bolivia

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), agencia dependiente de la Organización Naciones Unidas (ONU), señala que la penetración de las TICs establece un proceso continuo pero desequilibrado en términos de acceso y uso. Estadísticas de año 2008, informan que a nivel mundial existen 4.000 millones de suscripciones a la telefonía móvil, 1.300 millones a líneas fijas y cerca de un cuarto de la población utilizan la red Internet y que aún subsisten grandes diferencias entre regiones pobres y zonas ricas.³⁹ Si bien las NTICs se han convertido en un recurso muy importante tanto para los países desarrollados como para los países menos desarrollados se advierte que entre ambos tipos de sociedades existen marcadas diferencias con relación a su disponibilidad y utilización a pesar de que se pregona que se constituyen en un “pasaporte” para la participación equitativa y el desarrollo económico, social, cultural y educativo (Moreno, 2010)

En Bolivia, no se cuenta con un diagnóstico o un estudio que refleje de manera clara y objetiva el proceso de penetración de las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información en Bolivia, únicamente existe algunos estudios parciales y segmentados que muestran sobre todo algunos datos estadísticos en términos de acceso y consumo de la telefonía móvil y la red internet. Si bien estos dos recursos son los más representativos de las NTICs se debe tener en cuenta que la población boliviana también entro en contacto con las NTICs a través de otros dispositivos o recursos como ser las computadoras, los video juegos, los equipos de sonido, los reproductores de audio y video y las cámaras filmadoras y fotográficas.

Moreno (2015), citando datos del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2004), señala que la primera expresión de las NTICs contemporáneas introducidas en Bolivia fue la telefonía móvil. Ocurrió en 1991, cinco años más tarde, sólo el 0.45% de la población tenía acceso a ella, pero ya para

³⁹ La Razón, 08.03.09.

2002 sus usuarios llegaban al 10.40%. En el año 2011, los teléfonos celulares eran utilizados por algo más del 66% de los bolivianos a través de tres principales empresas telefónicas: ENTEL, TIGO y VIVA. Para, el año 2013, datos de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transporte (ATT) señalan que las líneas de telefonía móvil llegaron a 10.425.704. Asimismo, este autor señala que otro de los recursos de las NTICs que anteriormente se incorpora en Bolivia es el Internet y que sus antecedentes se remontan a finales de la década de los ochenta en la época denominada neoliberal.

Torrice (2012: 25), señala que “la primera expresión de las TICs contemporáneas introducida en Bolivia fue la telefonía móvil. Ocurrió en 1991. Cinco años más tarde, sólo el 0.45% de la población tenía acceso a ella, pero ya para 2002 sus usuarios llegaban al 10.40%”. Sin embargo, señalar que entre los primeros antecedentes de la incorporación de las NTICs se tiene a la red Internet que se introduce en el país a finales de la década de los ochenta, siendo los primeros usuarios entidades universitarias y, posteriormente, organizaciones no gubernamentales y gubernamentales. La Universidad Mayor de San Andrés se conectó en noviembre de 1989, la Universidad Mayor de San Simón en enero de 1990, la Universidad Gabriel René Moreno en marzo de este mismo año, al igual de que Universidad Andina Simón Bolívar. En esta misma época, se conectan a la red el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Presidencia, la Cancillería y casi todas las Embajadas Extranjeras.

2.8. NTICs y educación

Las NTICs a través de ciertos medios, recursos y procesos tecnológicos permiten desarrollar un sinfín de actividades que principalmente giran en torno a los ámbitos del entretenimiento, la comunicación y la información. Sin embargo se tiene que reconocer que al margen de estos tres ámbitos es también posible su implementación en el ámbito educativo. Como toda nueva innovación tecnológica existe el deseo y/o la tendencia de aplicar la invención de este “nuevo medio” como un recurso útil que se puede aplicar, por un lado, para transmitir, socializar y aplicar conocimientos y, por otro lado, para introducir cambios en el proceso enseñanza y aprendizaje. Es el caso, saltando distintos periodos históricos, de la imprenta, la radio, la televisión y de las nuevas tecnologías de la información y comunicación que a partir de la década de los ochenta, van adquiriendo importancia como factores de desarrollo económico y como potencial comunicativo y educativo (Levis, 2000). Según Andrade (2015: 72), “no se puede entender a la sociedad actual sin la presencia de las NTICs que se han impregnado en la vida cotidiana y que es muy difícil prescindir de su presencia en el trabajo, la cultura, la sanidad, el ocio, la política, la economía y, por supuesto, el aprendizaje”.

Pinto (2010), señala en el contexto de la sociedad del conocimiento, las tecnologías de uso educativo, ya sean empleadas para la enseñanza presencial o a distancia, se han convertido en soporte fundamental para la enseñanza, beneficiando a un grupo de personas cada vez mayor. Esta asociación entre tecnología y educación no sólo genera mejoras de carácter cuantitativo como la posibilidad de enseñar a más estudiantes, sino que principalmente de orden cualitativo, los estudiantes encuentran mayor posibilidad de recursos a la educación tradicional donde el docente era el transmisor y el alumno el receptor pasivo de la información.

Otros especialistas coinciden en señalar que la “incorporación de las NTICs como medio de comunicación e información es un instrumento indiscutible y, hoy en día, indispensable para fines educativos, sociales y culturales. Las aulas deben convertirse en espacios donde se fomente el uso constructivo, creativo y crítico de las NTICs” (Czarny y Urbas, 2010)

Es evidente que en muchos países han incorporado de manera eficiente y eficaz a las NTICs en el ámbito educativo en sus distintas dimensiones y niveles. Sin embargo, en el caso boliviano se advierte que la expansión acelerada y masiva de algunos de estos recursos y medios de alta tecnología ha encontrado a autoridades, docentes y estudiantes sin la preparación necesaria para incorporarlas como una herramienta útil sobre todo en el proceso enseñanza/aprendizaje y de este modo mejorar la calidad educativa en los diferentes niveles de la educación en Bolivia. No se trata solamente de introducir de a las escuelas y universidades “medios tecnológicos” para transmitir contenidos de la manera tradicional “memorística” sino se trata de utilizarlos desarrollando nuevos paradigmas educativos y metodologías nuevas y propias en función de la generación de un nuevo campo de conocimiento

En Bolivia, la Ley 070 establece que la directriz educativa prioriza cuatro dimensiones para responder a una educación sociocomunitaria productiva: “Ser”, “Saber”, “Hacer” y “Decidir”. Sin embargo, esta política pública que enfatiza en los “conocimientos y saberes culturales tomados en cuenta de las naciones y pueblos indígenas originarios y campesinos” y que no destaca de manera explícita el uso de las NTICs con un enfoque pedagógico para el aula ha sido objeto de severas críticas tomando en cuenta que se vive en la “sociedad de la información”. En función de ello, el Estado Plurinacional ha venido desarrollando una serie de acciones con el afán de superar estas falencias e incentivar el acceso y uso de las NTICs en las diferentes dimensiones y niveles de la educación escolar y universitaria en Bolivia.

El Viceministerio de Ciencias y Tecnología y la Dirección General de Tics, dependientes del Ministerio de Educación vienen desarrollando los siguientes proyectos:

- Portal educativo
- Telecentro Educativo Comunitario
- Bolcert
- Una computadora por docente

La Vicepresidencia del estado Plurinacional creó la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB), con el propósito de “aportar a la incorporación acelerada, democrática, eficaz y eficiente de las Tecnologías de la Información y Comunicación, en el estado y la ciudadanía impulsando la Sociedad de la Información y el Conocimiento, de los Saberes y procurando el Vivir Bien”. Entre los proyectos de este organismo estatal se tienen:

- Anteproyectos de Ley: Documentos, Firmas y Comercio Electrónico.
- Anteproyecto de Ley de Protección de Datos
- Guía de estandarización de sitios Web gubernamentales
- Observatorio Boliviano de la Sociedad de la Información
- Fomento multisectorial de la Sociedad de la Información

En el caso de la educación escolar el Estado Plurinacional, con el afán de lograr el “Analfabetismo Digital Cero” en el magisterio y a la vez aportar al desarrollo de capacidades en el acceso y uso de las NTICs, implementó el Proyecto Nacional “Una computadora por maestro”. Hasta el año 2015, el Ministerio de Educación entregó 4.450 computadoras a maestros de este proyecto.

En el año 2009, como parte de la política de la liberación científica y tecnológica en Bolivia, el Viceministerio de Ciencias y Tecnología implementó el proyecto de telecentros comunitarios con el afán de contribuir a la formación académica de los estudiantes en áreas rurales. Casi la mitad de estos

centros que se hallan equipados con al menos 60 computadoras, televisores y con conexión de Internet funcionan en el departamento de La Paz.⁴⁰

A fines del 2014, el Estado Plurinacional entregó más de 8.000 computadoras “Kuaa” a los estudiantes de sexto de secundaria de la ciudad La Paz con el propósito de contribuir a la liberación científica del país. En esta entrega el presidente afirmó que “con la entrega de las laptops o computadoras portátiles en La Paz, solo resta dar máquinas a los alumnos de Pando y que luego se proseguirá con las áreas rurales”⁴¹. Este equipo cuenta, entre otros recursos, con una pantalla táctil, lápiz óptico, cámara web, Wifi, Bluetooth y sistema operativo Windows 8.1.

En el año 2015, después de una campaña de desinformación que iniciaron sectores políticos de la oposición y activistas contra la instalación del centro nuclear en la ciudad de La Paz, se anuncia la construcción del Centro de Investigación y Desarrollo en Tecnología Nuclear en el Distrito 8 de la ciudad de El Alto.

A principios de 2016, se informa que aproximadamente uno 550 colegios de localidades rurales alejadas tienen conexión de Internet. Asimismo, se informa que este servicio hizo posible la apertura de un número similar de telecentros educativos comunitarios.⁴²

2.8.1 NTICS y aplicaciones educativas

Son varias las investigaciones que sostienen que las NTICs pueden contribuir al acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y al desarrollo profesional de los docentes. Asimismo, a la gestión, dirección y administración más eficiente y eficaz del sistema educativo. En tal sentido, se afirma que las NTICs dada su importancia deben ser necesariamente tomadas en cuenta por todo actor educativo.

Esta importancia de las NTICs en el campo educativo radica en la posibilidad de acceder a grandes e importantes cantidades de información y de conectarse con otros grupos sociales o individuos sin limitaciones en el tiempo y el espacio. Barreras que también se habrían roto en la relación docente/estudiante y estudiante/escuela. Esto implica que se liberó el tiempo y el espacio en el proceso enseñanza/aprendizaje.

Si bien estas investigaciones no han confirmado la incidencia negativa o positiva de las NTICs en el rendimiento académico lo que sí se ha constatado es que han modificado ciertas prácticas sociales y educativas vinculadas al aprendizaje, la motivación, el interés, la integración, las habilidades, la creatividad y la colaboración.

Se dice que las NTICs se pueden aplicar en el proceso enseñanza/aprendizaje de tres maneras distintas: Como objeto de aprendizaje, como medio para aprender y como apoyo al aprendizaje.

- Como objeto de aprendizaje permite que el estudiante se familiarice con el acceso y uso de los medios y recursos que conforman las NTICs. Asimismo, posibilita que sean utilizados de una manera óptima y adecuada.

⁴⁰ Para mayor información sobre la ubicación y funcionamiento de estos telecentros se puede visitar la página Web “Redticbolivia”

⁴¹ El Extra, 06.11.14.

⁴² El Extra, 20.01.16.

- Como medio de aprendizaje posibilita el “aprendizaje a distancia” y el “autoaprendizaje” a través de ciertos medios y recursos. Existiendo también la posibilidad de ser un complemento en la forma tradicional de enseñanza.
- Como medio de apoyo al aprendizaje supone su integración en el proceso de aprendizaje, en el aula y responde a la necesidad de una formación más proactiva y a una lógica de “saber aprender”.

Se considera que la incorporación de las NTICs al proceso enseñanza/aprendizaje puede ser un gran aporte tanto para docentes como para estudiantes, pues permite una mejor comunicación e información tanto dentro como fuera de la aula. Sin embargo, también se considera que en la concreción de esta posibilidad juega un papel muy importante el rol que puede desempeñar el docente en el uso de estas NTICs dentro de los procesos educativos formales e informales.

En el ámbito de la educación universitaria los medios y los recursos más utilizados de las NTICs son computadoras, laptops, celulares, cámaras digitales y programas informáticos como ser, entre otros, Word, Excel, Power Point.

Las NTICs pueden usarse como un recurso de apoyo didáctico para desarrollar el proceso enseñanza/aprendizaje.

Las NTICs pueden emplearse para la búsqueda, consulta, análisis, procesamiento, elaboración y almacenamiento de información.

Las NTICs pueden utilizarse para el desarrollo tanto del trabajo individual como el desarrollo del trabajo grupal o corporativo.

Las NTICs por si solas no tienen un efecto sobre el proceso enseñanza/aprendizaje, es decir, no generan automáticos cambios educativos tanto en docentes como en estudiantes en términos de innovación, motivación, interés, rendimiento, habilidades, competencias, etc.

Las NTICs únicamente vinculadas a un método o una estrategia educativa planificada son capaces de lograr un tipo u otro tipo de enseñanza/aprendizaje.

2.8.2. NTICs y lo bueno y lo malo en educación

El acceso y uso de las NTICs está provocando una serie de transformaciones a nivel de conocimientos, actitudes, prácticas y costumbres. Asimismo, a nivel individual, familiar y sociales. Es más aún está provocando importantes transformaciones económicas, sociales, políticas culturales e ideológicas en distintas dimensiones de la sociedad. Sin embargo, varios especialistas y estudios señalan que estos cambios no son necesariamente positivos sino que también provocan ciertas cuestiones negativas. En función de las controversias, contradicciones y representaciones sociales que se han producido sobre la aplicación de estas nuevas tecnológicas en el ámbito de la educación es posible identificar las siguientes ventajas y desventajas.

Uno de los argumentos positivos en favor del potencial educativo de las NTICs es su calificación de herramienta que permite pensar, sentir y hacer, es decir, desarrollar conocimientos, actitudes y prácticas para uno mismo y en función de otros. Esta consideración tienen que ver con la potencialidad

que tienen estos recursos para desarrollar la capacidad humana en términos de buscar, presentar, procesar, compartir y transmitir una enorme cantidad de información con menos limitaciones de tiempo y espacio, de manera instantánea y menos costosa, realidades que sin lugar a dudas pueden contribuir a mejorar el proceso educativo en particular la enseñanza /aprendizaje.

Otro argumento a favor de las NTICs tienen que ver con su capacidad mediadora entre los principales agentes del proceso educativo, es decir, pueden mediar las relaciones e interacciones entre autoridades, docentes, estudiantes y contenidos de aprendizaje desde un punto de vista social, educativo, informativo y comunicativo.

2.9. Internet en Bolivia

El internet es un recurso de las NTICs que a nivel mundial logra consolidarse desde principios de siglo, brindando a los usuarios una serie de servicios, recursos y herramientas de comunicación, entretenimiento y esparcimiento.

Con el afán de establecer los antecedentes históricos del Internet en Bolivia, sobre la base de la información proporcionada por Málaga (2010) señalar la siguiente cronología:

1980, al finalizar esta década se inician los primeros pasos para el establecimiento de redes de comunicación con el afán de solucionar problemas de acceso y uso de la información.

1988, al no existir redes de transmisión, ni canales de salida vía satélite gracias al avance de la tecnología se recurre al uso del teléfono para la transmisión de datos. Esta nueva forma de comunicación posibilitó el intercambio de información a mayor velocidad y menor costo comparado con los medios disponibles en aquella época: télex y telefax.

1990, se inauguran las acciones institucionales de BOLNET, proyecto boliviano presentado por el Instituto de Desarrollo Andino Tropical (IDAT) al Programa de Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD).

1992, primeros planes y resoluciones. Se encara proyectos de nuevas interfaces para usuarios, cambiando de usuario de terminal a usuarios con menú y conexiones UUSP. También por este año se nombra al representante de BOLNET, se logra financiamiento y apoyo tecnológico internacional y se intensifican proyectos para el intercambio de información científica, tecnológica y desarrollo.

1993, BOLNET ya tienen conexión a la red Internet y después de realizar instalaciones de los equipos se tiene la conexión a Internet las 24 horas del día y con 91 países. Asimismo, se logra constituir una red que conecta a 200 computadoras.

1994, BOLNET se convierte en la única red de Internet que presta servicios a más de 1.000 usuarios, incluyendo instituciones académicas y científicas. Se establece la Red Académica de las universidades bolivianas.

1995, Se diseña e instala varios servicios para redes y sistemas de información. Se desarrolla los nodos de BOLNET en Santa Cruz (Universidad Gabriel Rene Moreno), Cochabamba (Universidad Mayor de San Simón) y Sucre (Universidad Andina Simón Bolívar)

Si bien la difusión del Internet se inaugura a fines de los ochenta su difusión masiva recién comienza a partir de agosto de 1995 cuando el gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada promueve la red Internet bajo la tutela de la Vicepresidencia de la Republica (Moreno, 2010).

Según Torrico et al (2012: 25), “los usuarios urbano de Internet alcanzaban al 0.21% de la población en 1996, subieron al 2% para 1999, al 3.22% para 2002 y al 3.59% un año más tarde. En la actualidad, estimaciones oficiales señalan que esa proporción alcanza al 12%, lo que significa que Bolivia figuraría entre los países latinoamericanos con menor penetración de la Internet”

A partir de 1998, comienza el desarrollo y la expansión de sitios públicos donde se ofrecen servicios de Internet y nace también la tendencia de crear sitios web tanto para instituciones estatales como para organizaciones privadas. Para fines de 2011, se tiene un total de 1.219.392 conexiones a Internet, lo que significaba que el 12% de la población boliviana tenía la posibilidad de entrar a la red desde su domicilio (Mamani, Apaza, Aguilar y Molina, 2012: 11).

Especialistas en el tema señalan que en Bolivia en relación al acceso y uso de la red Internet existen tres principales obstáculos: la cobertura, el precio y la velocidad, dificultades vinculadas a la accesibilidad geográfica, la accesibilidad económica y la accesibilidad tecnológica respectivamente. Sin embargo, también reconocen que en los últimos años el país ha avanzado significativamente en el uso y aprovechamiento de las NTICs. Al respecto, el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la información que sistematizó respecto a las TIC con datos del Censo de Población y Vivienda 2012 revela que el 9.4% de los bolivianos tiene una conexión a internet en su vivienda y el 23.3% tiene acceso a la computadora. No obstante, datos del Banco Mundial estiman que en 2013 más del 39% de la población accede al internet, cifra superior al 2009 cuando el alcance era de solo 16. 8%.⁴³

Esta expansión de la red Internet sería sobre todo en áreas rurales y en los grupos etarios cuyas edades fluctúan entre los 13 y 15 años de edad. Vinculado a estos datos se sostiene que cerca de un 65,5% de la población boliviana no se conecta al internet y son usualmente personas mayores de 45 años de edad y que viven fuera del eje geográfico conformado por las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra. Vinculado a este punto información periodista informa que ahora “es mucho más accesible de lo que era hace 10 años donde tenías que invertir más de 1.000 dólares y pagar un conexión domiciliaria, ahora las barreras son relativamente bajas. El desarrollo es muy limitado todavía no existe una economía digital y no existe de parte de la ciudadanía la demanda de consumir productos digitales o hacer compras por internet, esto permitiría activar el desarrollo tecnológico”⁴⁴

Algunas investigaciones realizadas sobre el Internet en Bolivia señalan que este servicio tiene un elevado costo económico y que a nivel regional y mundial se constituye en uno de los más lentos, situación que evita y limita el acceso y consumo de esta red.

Según Steinbach (2005), si bien en Bolivia existen condiciones de infraestructura y tecnología que permiten hacer uso extensivo del Internet se observan ciertos factores que explican la escasa penetración de esta tecnología en lo usuarios bolivianos. Entre estos factores limitantes se menciona: alto costo telefónico y de acceso a Internet, insuficiente ancho de banda para conectarse al exterior, escasa difusión de ventajas y posibilidades que brinda esta tecnología, falta de capacitación de los usuarios actuales y potenciales, escasez de contenidos en español, la falta de confianza de los

⁴³ El Diario, 14.07.14

⁴⁴ Ob.cit.

consumidores en la existencia real de empresas proveedoras de bienes y servicios y la falta de confianza de los proveedores en la solvencia de los consumidores y en el pago de sus servicios.

Se menciona también que “Bolivia es un mercado pequeño y marginal para el comercio mundial, que se encuentra atrasado en el aprovechamientos de Internet y el uso del comercio electrónico debido al bajo índice de penetración de computadoras y el bajo índice de conexión a la red Internet y que la gran mayoría de las empresas bolivianas no cuentan con las condiciones técnicas y no tienen formación y capacitación en lo referente a la red Internet”.⁴⁵ Sin embargo, es conveniente señalar que con el transcurso de los años y el lanzamiento del satélite Túpac Katari a fines del 2013, algunos de estos factores que limitaban el acceso a la red Internet se fueron revertiendo y se viene dando un mayor acceso al Internet tanto en ámbitos públicos como privados, principalmente a través de celulares.

Con el afán de mostrar las dificultades de accesibilidad que presenta la red internet en Bolivia se señala que a pesar de que “el país es uno de los más pobres paga un costo muy alto por los servicios del Internet. Un boliviano paga 50 veces más por el servicio de internet que un francés”. Asimismo, se dice “en cuanto a la velocidad, Corea del Sur tiene el Internet más veloz del mundo, el cual es 26 veces más rápido que en Bolivia. Por lo tanto, el país tiene el servicio de Internet más costoso y lento. Esto evita que muchas personas pueda acceder a este servicio y, por consiguiente, conectarse a la red más grande del globo” (Mamani, Apaza, Aguilar y Molina, 2012: 11).

En términos generales, es válido señalar que el acceso y uso del Internet en Bolivia se halla signado por diferentes formas de exclusión como ser la “exclusión económica” en vista de solamente las personas que tienen ciertos recursos económicos pueden acceder a este servicio, la” exclusión por velocidad” debido a que el país tiene el Internet más lento del mundo, el 70% de las conexiones de Internet en el país tienen velocidades inferiores a 256 kbps y “exclusión por cobertura” ya que solo el 3.33 % de los municipios del país acceden de alguna forma al Internet, dejando a un lado de este servicio a zonas periurbanas y rurales.

2.9.1. Internet y educación

El uso de la red Internet puede permitir tanto al docente como el estudiante:

- Tener acceso a una enorme cantidad de información que pueden contribuir a la enseñanza y el aprendizaje.
- Disponer de variada y actualizada información para puede ayudar a transmitir y ampliar conocimientos.
- Establecer acciones organizativas y de colaboración tanto en docente como en estudiantes con el afán de mejorar la enseñanza y el aprendizaje.
- Combinar la forma presencial en aulas con la presencia virtual que permite superar obstáculos de tiempo y espacio.

⁴⁵ Citado por Steinbach (2005) en “Uso de las tecnologías de información y comunicación en las organizaciones agropecuarias del oriente boliviano”.

Piscitelli (2005), sostiene que hoy día Internet no es tan solo un nuevo medio, sino un espacio virtual en el que pasan cosas. Se trata, más bien, de un territorio potencial de colaboración en el cual pueden desplegarse de manera adecuada procesos de enseñanza y aprendizaje.

2.9.2. Ventajas y desventajas del Internet en la educación

Los servicios que ofrece el Internet son varios, múltiples y complejos. Dentro de esta diversidad es posible identificar tres servicios principales: comunicación, acceso a la información y búsqueda de información. La aplicación de estos recursos en el ámbito educativo, en términos de enseñanza y aprendizaje ha provocado una serie de discusiones que oscilan entre la fascinación y el desencanto; la adscripción y el rechazo y la actitud positiva frente a la visión negativa o viceversa (Moreno, 2015).

En relación al Internet, especialistas y estudios señalan que el uso de este recurso tecnológico en el ámbito educativo presenta ciertas ventajas y desventajas. Los que postulan la visión positiva expresan que el Internet ofrece muchas ventajas para la organización y el desarrollo de actividades individuales y/o colectivas en el ámbito educativo. Además, se menciona la posibilidad de acceder a múltiple y diversa información en forma rápida e instantánea, lo que permitiría hallar lo que se busca o necesita y/o establecer enlaces con los temas elegidos. Asimismo, se dice que posibilita acceder fácilmente a información que antes se hallaba limitada, restringida o era inaccesible., situación que permite al estudiante el acceso y consumo de una mayor y amplia información que aquella que el los docentes tienen y/o proporcionan.

Los que comparten la visión negativa señalan una serie de innumerables desventajas. Entre ellas, se expresa que la enorme cantidad de datos que ofrece el Internet provoca una “sobresaturación de información”, que en muchos casos lejos de constituir una ventaja se constituye en una gran desventaja. Asimismo, se dice que es mayor la posibilidad de la dependencia y la costumbre de que el Internet sea la principal fuente de consulta y resuelva los problemas de búsqueda y sistematización de la información a través del plagio. Por otro lado, en el marco de esta visión negativa se dice que el Internet tiene mayor importancia en el campo económico y no así en la educación misma. Al respecto, Arratia et al (2006) señala “la enseñanza es vista por los sectores empresariales como un negocio muy rentable que debe ser promovido activamente”. Debido a ello, no es casual la emergencia y la proliferación de “cursos virtuales” tanto a nivel del “pre” como del “post” grado de formación académica.

Con relación a esta última posición y sobre la base de los argumentos teóricos de García (2012), señalas las siguientes desventajas de la red Internet en el ámbito educativo:

- Distracciones debido a la publicidad y los varios sitios de enteramiento y esparcimientos como ser videos, música y juegos.
- Dispersión de la atención y de los objetivos iniciales frente a la inmensa cantidad de información.
- Pérdida de tiempo sobre todo debido a la falta de competencias informacionales uno se “pierde” ante tanta información.
- Informaciones no fiables debido a que existe la circulación de mucha información que no es válida y que no proviene de fuentes fiables.

- Aprendizajes incompletos y superficiales el acceso a ciertos datos e información no confiable puede proporcionar aprendizajes incompletos, simplistas e incorrectos.
- Acostumbrados a la inmediatez debido a la resistencia en emplear el tiempo necesario para consolidar los aprendizajes, y solo acumular datos e información.
- Dependencia del medio para realizar cualquier tipo de trabajo académico o desarrollo de ciertas prácticas educativas.
- Adicción al medio en vista de que se lo utiliza de manera exagerada tanto en ámbitos cotidianos como académicos.
- Aislamiento debido a que no se desarrolla una tendencia para desarrollar trabajos colectivos.
- Desarrollo de prácticas educativas con un mínimo de esfuerzo en muchos casos solo se recurre al plagio.

Considerando los resultados de algunas investigaciones sobre los beneficios y los perjuicios de la aplicación de la red Internet en el ámbito educativo, se presente el siguiente cuadro:

Cuadro N° 8
VENTAJAS Y DESVENTAJAS RED INTERNET
EN ÁMBITOS EDUCATIVOS

Ventajas	Desventajas
Facilita información	Saturación de información
Permite la interacción social	Incentiva el individualismo
Disponibilidad las 24 horas	Fomento al consumo
Comunicación más fluida	Genera dependencia
Amplia el círculo social	Reduce el círculo social
Rápido acceso a la información	Mala información
No hay riesgo de adicción	Riesgo a la adicción
Sitios web especializados	Publicidad engañosa

Elaboración propia, 2014.

2.10. Redes sociales

En particular en espacios de educación universitaria cotidianamente se advierte un uso generalizado de las redes sociales por parte de los jóvenes universitarios quienes utilizan esta herramienta digital en función de sus aspiraciones y expectativas en diversas prácticas sociales y educativas. Debido ello, se considera que no sea casual que su origen y desarrollo aparezca precisamente en ámbitos universitarios gracias a la inquietud de jóvenes universitarios que vieron la necesidad de estar en contacto permanente entre ellos y, entre otras cosas, compartir información personal, fotografías, gustos, preferencias, ocupaciones y hobbies. En realidad el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes universitarios se ha convertido en una práctica habitual que reporta ciertas ventajas y en criterio de algunos especialistas también ciertas desventajas.

Si bien las redes sociales no se constituyen en una herramienta didáctica se considera que en la actividad académica de los jóvenes universitarios su uso expansivo, gradual y permanente puede estar en función de sus siguientes características:

- Su gran capacidad para establecer procesos de comunicación e información de manera inmediata.
- Su gran capacidad para almacenar enorme cantidad de datos e información la cual está disponible con un solo “clic”.
- Su gran capacidad para el intercambio de información rompiendo obstáculos del tiempo y el espacio.
- Su gran capacidad para el tratamiento de información no solo de texto sino también de imágenes, videos, audio y otros lenguajes audiovisuales.

2.10.1. Redes sociales y educación

La revisión de la literatura especializada muestra que en el aprovechamiento de las redes sociales en el ámbito educativo existen dos tendencias, la una, vinculada al uso de las redes disponibles con fines educativos y, la otra, relacionada a la creación de redes especializadas para la educación y la investigación. Vinculada a la primera visión se sostenía que las redes sociales favorecen el acceso a la información, la difusión de información, el aprendizaje autónomo, el trabajo en grupo, la comunicación instantánea, la retroalimentación, el acceso a otras redes y el contacto con otras personas, por ejemplo entre docente y estudiante lo que puede contribuir a facilitar el proceso de aprendizaje “constructivista” y “colaborativo”

El internet y las redes sociales han generado nuevas maneras de relacionarse y nuevas formas de sociabilidad. A través de estos medios son tema de conversación un evento, una película, una canción, un amigo y por supuesto una clase.

2.11. Facebook

Con gran aceptación este portal ingresó a Latinoamérica y también a Bolivia, siendo muy popular sobre todo entre la población joven en vista de que pone en contacto a personas con sus amistades y con otras personas, pero además de la población jóvenes existe la tendencia a utilizar este portal por parte de políticos, artistas, cantantes y gente de la farándula. Al respecto, un informe elaborado por UNICEF y el Banco Mundial señala que la vida de los niños, adolescentes y jóvenes está cada vez más ligada al Internet y la Facebook. Del 2009 al 2013, el número de usuario de la red ha crecido del 17 al 40%, siendo el mayor porcentaje de éstos la población infantil y juvenil. A nivel nacional, una encuesta realizada por la Autoridad de Telecomunicaciones y Transporte (ATT) informa “que de cada 10 chicos, seis envían, por día, más de 100 mensajes de texto a través de “whatsapp” u otra aplicación parecida desde un teléfono móvil”⁴⁶

Para el año 2010, un estudio realizado por CIES Internacional informa que a nivel nacional el Facebook es la Red Social Virtual (RSV) más utilizada en las principales ciudades del eje, La Paz, Cochabamba y Santa cruz de la Sierra, le sigue en orden de importancia Sonico, Hi-5, MySpace y Orkut. Este mismo estudio revela que de 359 encuestados en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz, la mayoría tienen una cuenta en Facebook.⁴⁷

⁴⁶ La Razón, 29.10.14.

⁴⁷ El Diario, 2010

A mediados de 2012, se informa que los usuarios del Facebook en Bolivia alcanzan a 1.641.060 personas cuyas edades fluctúan entre los 13 y 65 años de edad, los mismos que se encuentran en un 37.1% en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, en un 25.24% en la ciudad de La Paz y en un 21.86% en las ciudad de Cochabamba, le siguen en orden de importancia las ciudades de Sucre, Oruro, Tarija, Potosí, Trinidad y Cobija. También por esta época se informa que en “Bolivia hay tendencias de incrementar la presencia en esa red social que puede ser usado para diversos fines, desde comunicación, educación, entretenimiento, marketing, etc. Sin embargo las políticas y estrategias de penetración y ampliación de internet con relación a cobertura y accesibilidad en los costos, avanza muy lento”.⁴⁸

Para mediados del 2013, se informa que “según datos de Facebook, en todo Bolivia existen 2.200.000 usuarios registrados, siendo Santa Cruz de la Sierra la ciudad con más internautas, alcanzado la cifra de 700.000, en segundo lugar está Cochabamba con 300.000, le sigue la ciudad de La Paz con 128.000, en cuarto puesto se encuentra Potosí con 42.000, después está Oruro con 38.000 usuarios, Tarija con 34.000, Trinidad con 7.600 y Pando con 280 usuarios registrados en la afamada red social, el resto de usuarios se encuentran dispersos en otras poblaciones en todo el país”

Para el año 2014, según información periódica, en Bolivia las redes sociales se constituyen en el servicio más utilizado de la red internet, pues existirían 1.753.060 cuentas de Facebook abiertas desde el país.⁴⁹ En este mismo año la Fundación Redes informaba que el Facebook es la red social más visitada en el país y luego le sigue el Twitter.⁵⁰

Para fines de 2014, se informa que en el país existen tres millones de usuarios del Facebook, cifra que representa el 30% de la población total. Asimismo, se indica que el 72% de esta población total tiene menos de 28 años de edad, siendo en orden de importancia las ciudades de Santa Cruz de la Sierra, La Paz y Cochabamba, las urbes con la mayor cantidad de usuarios y que en promedio de consumo diario de esta red social es de 3.5 horas.

A mediados del año 2015, se informa que en Bolivia existen 3.500.000 usuarios del Facebook, de esta población total, el 54% está conformado por mujeres y el 46% por hombres, cuyas edades fluctúan en un porcentaje del 37% entre los 18 y 245 años de edad. Asimismo, se informa que a nivel nacional la ciudad de Santa Cruz de la Sierra es la urbe con mayor penetración de usuarios en Facebook, en segundo lugar con un porcentaje casi similar se encuentra la ciudad de La Paz y luego la ciudad de Cochabamba.⁵¹ En este mismo año se firma un acuerdo entre el Gerente de Desarrollo de Negocios de Facebook para América Latina, Sergi Herrero y el Gerente General de la firma telefónica VIVA, Juan Pablo Calvo para promover el uso gratuito de la red Internet.

A principios de 2016, la página www.alexa.com, señala que en Bolivia el Facebook se constituye en la red social más visitada, en el segundo puesto esta YouTube, mientras que Twitter está en el puesto 14. Asimismo, dice que en el país aproximadamente existen 4 millones de cuentas creadas en la red social Facebook

A pesar de esta información estadística se considera que no existen estudios e investigaciones que den cuenta objetivamente de la cantidad de personas que tienen acceso a las redes sociales, únicamente

⁴⁸ Información disponible en www.educatic.org.bo/.../102-usuarios-de-bolivia-en-la-red-social-facebo

⁴⁹ La Razón, 2014.

⁵⁰ El extra, 17.07.14.

⁵¹ Información disponible en <https://www.latamclick.com/estadisticas-facebook-bolivia-2015/>

existen datos aproximados y estimaciones que en algunos casos muestran una gran variabilidad. Lo que sí es evidente es cada día se va incrementando el número de usuarios de las redes sociales independientemente de su edad, sexo, origen social y nivel de vida. Las comunidades virtuales crecen cada día debido a que es mayor el número de las personas que a diario se integran a las redes sociales como un mecanismo para conversar y compartir, intereses, utilidades, necesidades, preocupaciones e inquietudes.

En función de algunas investigaciones realizadas sobre la red social Facebook en el país señalar los siguientes datos:

- Se tiene registrado más de 386.940 usuarios.
- El 90% de las personas que acceden al internet son usuarios del Facebook.
- El 53.8% de los usuarios son varones y el 46.2% mujeres.
- La edad en que se encuentran el 40% de los usuarios fluctúa entre 18 y 24 años.
- Tomando en cuenta una población total de aproximadamente 10 millones de bolivianos, menos del 5% están en la red social, pero tomando en cuenta que los usuarios de Internet son cerca del 7%, caso el 90% ya se encuentran en el Facebook.
- Cada semana se conectan aproximadamente 2.000 usuarios nuevos.
- La facilidad del acceso a esta red social a través de los teléfonos móviles y de las telefónicas “Viva”, “Entel” y “TIGO” están haciendo que las personas suban información desde sus celulares”.

2.11.1. Facebook y educación

Fogg, Baird y Fogg (2012) han elaborado un documento que contiene siete puntos que pueden contribuir al docente a mejorar el aprendizaje tanto dentro como fuera del aula, dichos puntos son los siguientes:

1. Ayudar al desarrollo y seguimiento de la política del centro educativo acerca de Facebook.
2. Animar a los alumnos a seguir las directrices de Facebook.
3. Mantenerse al día en lo que se refiere a las configuraciones de seguridad y privacidad en Facebook.
4. Promover la buena ciudadanía en el mundo digital.
5. Utilizar los grupos y las páginas de Facebook para comunicarse con los alumnos y los padres.
6. Adoptar los estilos de aprendizaje digital, social, móvil y “siempre en línea” de los estudiantes del siglo XXI.
7. Utilizar Facebook como un recurso para el desarrollo profesional.

3.1. Universidad y sociedad

La Universidad nunca ha estado al margen del desarrollo y la implementación de los medios y recursos de las NTICs en las diferentes dimensiones del ámbito educativo sobre todo en el proceso enseñanza/aprendizaje. Con distintos niveles de intensidad ha sido siempre su preocupación e interés llevar a las aulas los nuevos adelantos de la tecnología y ponerlos con todas sus ventajas y desventajas al servicio de los docentes y estudiantes. Como se ha podido constatar este proceso vinculado a penetración de las NTICs se inaugura a partir de década de los ochenta sobre todo con la incorporación de la red Internet a diferentes universidades bolivianas con el propósito de introducir nuevas metodologías y proporcionar a los docentes y estudiantes una valiosa herramienta para mejorar la enseñanza y el aprendizaje.

El acceso y uso por parte de la Universidad de las NTICs ha estado determinado por el desarrollo de la tecnología como ser la aparición de las computadoras, la red Internet y la multimedia. Sin embargo, habría que manifestar que este desarrollo vertiginoso y expansivo de algunos recursos y medios tecnológicos encontró tanto a docentes como a estudiantes sin el conocimiento y las habilidades tecnológicas necesarias, es decir, sin las suficientes competencias comunicacionales. Debido a ello, se podría hablar de una suerte de subutilización de las NTICs en el ámbito académico universitario, pues no se percibe un proceso vigoroso de “alfabetización digital” de docente y estudiantes. En tal sentido, manifestar que existe la necesidad de que algunos recursos de las NTICs cumplan eficiente y eficazmente diferentes funcionalidades en el ámbito universitario en términos de fuente de información, comunicación, intercambio de información e ideas, conformación de redes, trabajo colaborativo, interacción social, generación de contenidos e instrumentos de gestión para automatizar ciertas actividades académicas.

3.1.1. Universidad Mayor de San Andrés

La Universidad Mayor de San Andrés fue fundada un 25 de octubre de 1830. Lleva su nombre como homenaje a la labor desarrollada por el Presidente Mariscal Andrés de Santa Cruz. Sin embargo, esta denominación en el proceso de construcción de su identidad ha sido modificada varias veces, inicialmente en 1830 fue denominada “Universidad Menor”, un año después cambia su status a “Universidad Mayor” y adopta el nombre de su fundador y de se denomina “Universidad de San Andrés de La Paz de Ayacucho”. A mediados de 1832, adopta el nombre de “Universidad Mayor de San Andrés de La Paz” y en 1927, durante la presidencia del Dr. Hernán Siles, toma el nombre de “Universidad Mayor de San Andrés” (UMSA).

Villarroel (2011: 203), señala que desde su fundación la vida institucional de la UMSA ha transitado por tres principales etapas: 1) La Universidad Oficial que dura todo un siglo que abarca desde su fundación en 1830 hasta la revolución universitaria en junio de 1930. Periodo que contempla un conjunto de cierres y reinauguraciones provocadas por factores políticos inherentes a la dinámica pre y pos bélica del país, 2) La Universidad Semiautónoma y Autárquica que engloba un corto periodo entre 1930 y 1936, que se considerado como un tiempo de transición hacia la autonomía plena y 3) La Universidad Plenamente Autónoma que se inaugura en 1936 como efecto del Movimiento

Universitario de Córdoba, Argentina que da una configuración particular a todas las universidades estatales de América Latina. A partir de esta fecha la Autonomía Universitaria se constituye en el principal eje articulador de todas sus acciones académicas y administrativas.

En principio, en esta casa superior de estudios se impartía la Carrera de Derecho (1830), posteriormente se incorporaron las carreras de Ciencias Médicas (1834), Arquitectura Civil y Militar (1842), Obstetricia (1866), Farmacia (1888), Odontología y Comercio (19910). En la actualidad, cuenta con 13 Facultades y 54 carreras, siendo la Facultad de Ingeniería la que cuenta con el mayor número de carreras, luego se encuentran la Facultad de Tecnología y la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, la única Facultad que tiene una sola carrera es Odontología. Para el año 2015, de estas facultades la más numerosa es la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras que cuenta con la mayor cantidad de estudiantes, en total 12.738, le sigue la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación con 10.904 estudiantes, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas con 10.556 estudiantes, la Facultad de Tecnología, Medicina, Ciencias Puras y Naturales, Arquitectura, Artes, Diseño y Urbanismo, Ciencias Farmacéuticas y bioquímicas y, finalmente, Ciencias Geológicas. (La Cátedra, 2015)

Para el año 2014, la División de Sistema de Información y Estadística informa que se matriculó a 74.932 alumnos de los cuales 36.731 son mujeres y 38.192 varones, este elevado número de universitarios matriculados determinaría que esta casa superior de estudios sea considerada como una de las más grandes del país. En la gestión académica 2015, se matricularon 82.605 estudiantes, de los cuales 78.219 corresponden al pregrado y 4.386 al postgrado. Desagregando la información del pregrado se tiene que de este total 69.675 eran alumnos antiguos y 8.544 nuevos. Asimismo, se informa que la mayoría de estos estudiantes en un 65% proceden de la ciudad de La Paz, en un 32% de la ciudad de El Alto y el resto de Sedes Universitarias Provinciales y a la vez que del total de población universitaria se tiene que el 51% está conformado por varones y el 49% por mujeres.

**Cuadro N° 8
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
POBLACIÓN UNIVERSITARIA**

Año	N° Matriculados
2000	61.537
2001	62.840
2002	66.526
2003	69.489
2004	72.559
2005	74.087
2006	76.497
2007	76.721
2008	78.344
2009	79.729
2012	76.745
2014	74.932
2015	82.605
2016	77.399

Fuente: División de Sistemas de Información y Estadística UMSA

A pesar de algunas contradicciones halladas en los datos estadísticos que maneja la División de Sistemas de Información y Estadística de la UMSA se advierte que a partir de 1982, coincidentemente con la recuperación del sistema democrático, la matrícula universitaria se masificó de manera

constante. Entre 1970 y 2015, la matrícula universitaria se incrementó en un aproximadamente un 300%

Cuadro N° 9
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA

Año	N° Matriculados
1970	26.772
1982	56.632
2015	82.605
2016	77.399

Fuente: División de Sistemas de Información y Estadística UMSA

3.1.2. Facultad de Ciencias Sociales

Después de ser restablecida la Autonomía Universitaria, en el año de 1978 fue creada la Facultad de Ciencias Sociales mediante Resolución del Honorable Consejo Universitario N° 003/1978. La Facultad inicia su vida institucional con las Carreras de Trabajo Social y Sociología. Posteriormente, en 1984, se crearon las carreras de Antropología, Arqueología y Comunicación Social. Fue designada como primera autoridad facultativa la Lic. Eliana Alcoreza Vda. De Eyzaguirre (Villarroel, 2011 citando a Freitas, 2010). En función de estos antecedentes históricos la Facultad de Ciencias Sociales se constituye en una de las más jóvenes de la Universidad Mayor de San Andrés.

Cuadro N° 10
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERAS Y AÑO DE FUNDACIÓN

Año	Carrera
1946	Trabajo Social
1967	Sociología
1984	Comunicación Social
1984	Antropología
1984	Arqueología

La Facultad de Ciencias Sociales desde su fundación ha ido contribuyendo con la elaboración e implementación de proyectos sociales, tanto a nivel de investigaciones, como de interacción social, las mismas que se implementan en el departamento de La Paz y en otras regiones del país. Asimismo, esta Facultad ha aportado a la sociedad a través del desempeño laboral de muchos de sus titulados.

Según datos estadístico proporcionados por la Universidad Mayor de San Andrés, en los últimos 20 años la población estudiantil de la Facultad de Ciencias Sociales ha tenido un crecimiento constante, su población ha fluctuado entre el 9 y 12% del total de estudiantes matriculadas en toda la UMSA, nunca ha sido inferior o superior a este parámetro.

Villarroel (2010: 2011), señala que “la proporcionalidad de la distribución de la matrícula por Carrera al interior de la Facultad es un aspecto que se mantiene independientemente del número de estudiantes aceptados por carrera. Es decir que la distribución según proporciones se mantiene invariable a partir de la creación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. Así, del total de estudiantes matriculados en la Facultad para el 2009, el 11% de la población total se distribuye en las cuatro Carreras. De manera previa a 1984, cuando solo existían las dos Carreras más antigua, la Carrera que mayor matriculación presentaba era Trabajo Social”.

Para la gestión académica 2009 según datos emitidos por la División de Sistemas de Información y Estadística de la UMSA, la Facultad de Ciencias Sociales ocupaba el cuarto lugar con un total de 8.733 estudiantes matriculados y al interior de la Facultad de Sociales, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, ocupaba el primer lugar con un total de. 3.658 estudiantes. Desagregando esta información se tiene que la Carrera que concentra la mayor cantidad de población joven, es decir, la mayoría de los estudiantes que están en el rango de edad que va de los 16 a los 26 años corresponden a Ciencias de la Comunicación Social (53%). Asimismo, se informa que la matrícula de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social presenta un rostro estudiantil básicamente femenino, pues existe una mayoría relativa de mujeres estudiantes que representan el 55%.⁵²

Cuadro N° 11
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
POBLACIÓN UNIVERSITARIA

Año	N° Matriculados
2003	7.662
2012	7.993
2014	8.593
2016	8.773

Fuente: División de sistemas de información y estadística UMSA

3.1.3. Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

En el año 2016, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Andrés cumple con 32 años de existencia, institucionalmente nace en el año 1984 y para el año 2010, se constituía en una de las carreras más grandes dentro de la UMSA, pues contaba con cerca de 2.000 estudiantes activos.

Según la página institucional de la Carrera, la historia de Ciencias de la Comunicación Social se halla marcada por cuatro hitos trascendentales que definieron su desarrollo y constitución: 1) inicios de la Carrera de Comunicación Social, 2) Primer Congreso, 3) Toma de la ex-COMIBOL y 4 El fallo de la Contraloría con relación a los docentes “truchos”. A estos cuatro grandes hitos habría que agregar el reciente histórico hecho de la acreditación internacional.

A mediados de la década de los ochenta no existía en el sistema de universidades públicas la Carrera de Comunicación Social. Frente a esta realidad y por la situación estructural y coyuntural del país surge la necesidad de formar profesionales en el campo de la comunicación social con un profundo sentido crítico y consciente de la realidad que vive el país y el mundo, es decir, bajo una posición ideológica de hacer frente al proceso de transculturación que aqueja al país.

Esta iniciativa fue impulsada por un grupo de estudiantes y docentes de distintos campos como ser sociólogos, arquitectos, comunicadores, entre otros, quienes se encargaron de organizar la carrera sobre la base del pensum de la Universidad Católica de Bolivia, única universidad que hasta ese entonces formaba comunicadores. Entre los fundadores se tiene a su primer director Lic. Gualberto Lizárraga, Lic. Sandra Aliaga, Lic. Magaly Vega, Lic. José Bernal, entre otros.

⁵² Estos datos estadísticos se encuentran en el texto “Por los senderos de la autoevaluación. Resultados de la encuesta de percepción estudiantil. Planificación Estratégica Institucional 2007-2010.

Oficialmente, la creación de Comunicación Social, se concretiza el 22 de agosto de 1984 a través de la resolución 1/1617/145/84 del Honorable Consejo Universitario, la cual instó también a la creación de las carreras de Antropología y Arqueología.

Comunicación Social inicia sus actividades con 551 estudiantes y 20 docentes distribuidos en tres aulas, es decir, con un marcado déficit en términos de docentes e infraestructura, se pasan clase en el monoblock antiguo y el edificio 'Hoy' de la 6 de Agosto. En estos inicios de la Carrera se contaba con un pensum académico que contemplaba serias deficiencias dentro del plan de estudios y las correspondientes materias. Asimismo, se advierte la ausencia de los llamados talleres de síntesis, que eran espacios para articular teoría y práctica.

Según uno de los docentes más antiguos Ramiro Rolque “la carrera desde sus inicios tuvo una vida azarosa en gran medida por su creación prematura, por la falta de equipamiento necesario para su funcionamiento y por la enorme popularidad de los estudios en comunicación que desde el comienzo pobló la carrera con gran número de estudiantes”. Asimismo, expresa que esta realidad fue el común denominador de muchas escuelas de comunicación latinoamericanas, situación que resultaba más preocupante por la falta de claridad del “status teórico” de la comunicación tema bastante recurrente del debate latinoamericano sobre comunicación en la década de los ochenta. Estas deficiencias y otras necesidades conducen a efectivizar el Primer Congreso de la Carrera, con el propósito de reformar el plan académico.

Frente a la necesidad de ubicar el plan de estudios de la Carrera con las demandas del mercado laboral, a partir del mes de marzo de 1996 se inaugura el ‘1er Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social de la UMSA’ y arriba a sus conclusiones y sesiones finales entre el 30 de junio y 8 de junio de 1997. Dicho evento, resultado de un período de organización y discusión interna, trabajó sobre la base de 13 proyectos totales de transformación y 140 propuestas parciales y permitió introducir modificaciones al plan de estudios. Se analizó y discutió las nuevas tendencias, enfoques y cambios en la comunicación social con el afán de establecer un nuevo programa académicos y nuevas modalidades de graduación.

La concepción y aplicación del nuevo programa académico enfrentó una serie de obstáculos vinculados a la visión que condena a la universidad pública a su extinción y a los discursos demagógicos sectarios de orden político, institucional y burocrático que criticaron las reformas propuestas. Pese a ello, en la gestión académica de 1998 se efectiviza la modificación del programa académico con algunas deficiencias como ser el divorcio entre teoría y práctica, situación que provocaba deficiencias en el desarrollo profesional, en función de ello se incorpora las materias de Taller de Síntesis en Radio, Televisión y Prensa como parte del área troncal del plan académico. El nuevo plan de estudios fue aprobado por el Honorable Consejo Universitario y comenzó a implementarse a partir de esta fecha.

Otro importante modificación fue el de adoptar un plan de estudios anual en vez de semestral en vista de que un semestre era un tiempo relativamente muy corto para realizar investigaciones. Asimismo, se incorpora las modalidades de graduación por Examen de Grado, Trabajo Dirigido y Proyecto de Grado, en adición a la modalidad Tesis de Grado. Sin embargo, estas modificaciones establecidas por este Congreso fue resistido por un grupo de docentes titulares. Pese a esta oposición se genera una plataforma académica que busca generar profesionales investigadores capaces de llevar adelante proyectos comunicacionales dinámicos y alternativos vinculados con los procesos de cambios vertiginosos propios de una sociedad del conocimiento y la información. “Como resultado del Congreso, se definió un nuevo perfil profesional del comunicador, quien debía poseer una formación

basada en la realidad nacional, un dominio de los instrumentos técnicos propios de la comunicación moderna, la capacidad de generar conocimientos científicos novedosos, la adhesión a valores éticos como la verdad, la justicia y la equidad y la capacidad de leer la realidad para transformarla”.

Un hecho bastante importante en la historia de la carrera es la toma de un edificio del Estado frente a la necesidad de infraestructura. El 26 de abril de 1999 se convoca a una Asamblea Docente-Estudiantil que frente a la falta de infraestructura determina ocupar uno de los edificios del Estado al que no se le estuviera dando una utilidad correspondiente, eligiéndose el edificio de la ex Corporación Minera de Bolivia (COMIBOL). Esta toma realizada por aproximadamente 200 estudiantes y 10 docentes fue una medida de presión para obtener un edificio propio

El gobierno calificó de ilegal la toma y exhortó a la policía y la justicia a tomar cartas en el asunto utilizando los aparatos represivos del Estado, logrando apresar a varios estudiantes y docentes. Posteriormente, se liberó a los detenidos en la medida en que el Gobierno y una comisión de la UMSA acordaron conceder a la Carrera el Edificio del ex Instituto Nacional de Reforma Agraria (INRA), ubicado en la calle Omasuyos, como solución transitoria. Desde octubre de 2003, luego de acondicionar este edificio, la Carrera desarrolla sus actividades académicas en el “Ex INRA”

Un otro hecho que también marca la historia de la carrera es la relacionada con la contratación de docente “truchos” y el fallo de la Contraloría. Vinculado a estos dos puntos se sostiene que el concurso de méritos y examen de competencia para la gestión académica 2003 para la contratación de docentes estuvo signada por una serie de irregularidades que con el transcurso del tiempo provoca graves perjuicios a la Carrera.

A la convocatoria pública emitida el 13 de octubre de 2002, se presentaron 73 postulantes, 28 cumplían todos los requisitos y 45 estaban inhabilitados. Sin embargo, de forma bastante anómala, en el Informe de la Comisión Evaluadora firmado por los docentes y estudiantes, aparecieron habilitados algunos docentes que ya habían sido descalificados. Asimismo, se nombró como tribunales de evaluación a estudiantes que no cumplían los requisitos de ser de último año y tener los más altos promedios. Esta designación de los tribunales no fue avalada ni por el Honorable Consejo Facultativo (HCF) ni por el Consejo de Carrera; docentes postulantes fungieron al mismo tiempo como tribunales; docentes que no habían dictado nunca una materia fueron tribunales para la misma. A pesar de estas irregularidades el proceso siguió adelante y los cuestionables ganadores del concurso de méritos fueron designados docentes.

Hubieron varias denuncias e impugnaciones que no fueron atendidos por tres directores interinos, hasta que el Lic. Ramiro Rolque asumió el cargo de Director Titular y solicitó al departamento de Auditoría Interna de la UMSA una inspección de los hechos cuestionados. La Auditoría revisó el proceso y emitió dos informes a partir de los cuales se decidió excluir en 2004 a los 11 docentes, denominados “truchos”, cuya contratación fue cuestionada. En respuesta, los destituidos interpusieron dos Amparos Constitucionales por medio de los cuales lograron que se firme un acta en base a la cual se les consideró docentes contratados de 2003, docentes investigadores en 2005 y se los reincorporó en 2006. Sin embargo, estos docentes no presentaron ningún producto y es más ni siquiera asistieron a clases. Este tipo de actitudes perjudicaron al presupuesto de la Carrera de Comunicación, pues los 11 docentes “truchos” cobraron, por tres años el valor de 800.000 bolivianos en sueldos y aguinaldos.

Frente a esta situación, a partir del año 2008, estudiantes y algunos docentes iniciaron una serie de movilizaciones y medidas de presión exigiendo la anulación del proceso de contratación 2003. El resultado fue la firma de un Acta de Cuarto Intermedio el 2 de diciembre de 2008, en la que las

autoridades se comprometen a cumplir los plazos procedimentales para la anulación del proceso de contratación 2003 en no más de 45 días. Ante el incumplimiento de este convenio se retoman medidas de presión en 2009. Realizando la toma del Monoblock Central de la UMSA, después de 35 días de ocupación, los estudiantes abandonaron el edificio para dar paso a un nuevo cuarto intermedio para la realización de una auditoría a cargo de la Contraloría General del Estado, la misma que fue solicitada por el Honorable Consejo Universitario (HCU).

El 22 de julio de 2009, la Contraloría determina que los 11 docentes habían ingresado de forma irregular a la Carrera y que el proceso de contratación 2003 se realizó vulnerando la normatividad vigente que regula el proceso de contratación de docentes.

Un último acontecimiento histórico bastante importante para la carrera es la reciente acreditación internacional. A fines de la gestión 2013, después de un proceso de autoevaluación y evaluación externa que duro aproximadamente dos años se logra el veredicto académico de acreditación por parte de una comisión integrada por especialistas de la Universidad de La Serena de Chile y de las universidades de Siglo XX, Gabriel René Moreno de Santa Cruz de la Sierra y San Simón de Cochabamba.

A nivel nacional, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés se constituye en la primera en su especialidad que logra la acreditación internacional. En dicha acreditación que alcanzo un puntaje de 71.89%, se calificó una serie de fortalezas y debilidades vinculadas a aspectos académicos, administrativos e infraestructura. Entre las fortalezas se identificó la infraestructura adecuada para el desarrollo de actividades académicas, la planta docente que cumplen con los requisitos para la enseñanza y la actualización y uso de redes sociales como la Agencia de Informaciones “Aquí Comunicación”, que mantiene informado a la comunidad universitaria. Entre las debilidades se observó el tema de límites en la admisión masiva de nuevos estudiantes que representa una baja calidad en la enseñanza y la falta de actualización del pensum académico.

3.2. Acceso y uso de las NTICs

Teniendo como antecedente y soporte el marco metodológico, teórico/conceptual, referencial y contextual, en el presente acápite se realiza una descripción de las características de acceso, uso y consumo cultural de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, en particular la red Internet y las redes sociales por parte de la población de jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Como se había señalado en el marco conceptual, aunque existe una estrecha relación no es lo mismo acceso, uso y consumo cultural. El acceso significa la posibilidad de entrada que tiene una persona o un grupo de personas a algún bien o servicio. Sin embargo, se tienen que recordar que dicho acceso muchas veces tiene ciertos obstáculos o barreras vinculadas a la conformación de la denominada “brecha digital”. En cambio, el uso entendido como el ejercicio o la práctica general, continua y habitual se constituye en un acto que se halla dentro del consumo y el consumo cultural implica incorporar a algo un cierto valor simbólico. En función de estas conceptualizaciones se desprende que por cuestión lógica primero se accede a “algo”, luego se hace uso de este “algo” y transversalizando ambos hechos se le atribuye cierto valor simbólico a ese “algo”.

3.2.1 Cuestión de género

Históricamente las mujeres han sufrido un proceso de discriminación y marginalidad respecto a su formación personal y/o académica, sobre todo su ingreso a la vida académica universitaria estuvo signada por una serie de obstáculos que tienen su origen en la prevalencia de una sociedad machista y patriarcal. Sin embargo, en los últimos años se advierte un proceso de feminización de la matrícula universitaria, inclusive en el egreso ha tenido mayor intensidad en algunas carreras vinculadas al campo educativo y social (Villarroel, 2010). En este contexto, esta investigadora informa que la Facultad de Ciencias Sociales es una Facultad predominantemente femenina, son mayoría en Trabajo Social donde el 93% son mujeres, en Ciencias de la Comunicación Social el 55% y en Antropología el 54%. En cambio, en Arqueología la mayoría son varones con el 55% y en Sociología con el 55.5%.

En la gestión académica 2015, la División de Sistemas de Información y Estadística de la UMSA, informa que la Facultad de Ciencias Sociales presenta un predominio de la población universitaria femenina de 8.938 matriculados, 3.078 universitarios son hombres y 5.860 mujeres, porcentualmente esto significa que en esta Facultad el 34% de los matriculados están conformado por hombres y el 66% por mujeres.

Una característica importante de la Carrera de Ciencias de Comunicación Social es que su población universitaria está conformada por un mayor número de mujeres en relación a los hombres. Así, por ejemplo, en la gestión académica 2016 en el tercer año de la carrera se han matriculado 576 jóvenes universitarios de los cuales 304 son mujeres y 272 hombres.

Respecto al acceso y uso del Facebook en razón de género en las diferentes investigaciones que se han realizado existen datos contradictorios, pues algunos de estos estudios señalan que las redes sociales son utilizadas preferentemente por mujeres y, en cambio, otros estudios afirman que los principales usuarios son los hombres.

Independientemente de esta relativa supremacía de la población femenina en el tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y las contradicciones existentes sobre quienes utilizan más las redes sociales se ha visto por conveniente solo por cuestiones metodológicas y empíricas incluir en la población objeto de estudio la misma cantidad a hombres y mujeres.

Cuadro N° 12
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR SEXO

Sexo	Cantidad	%
Hombres	30	50.0
Mujeres	30	50.0
Total	60	100

3.2.2. Grupos etarios

Según la World Internet Project la gran mayoría de la población de un determinado país se vincula de cierta manera con los medios y recursos de las NTICs, las diferencias de acceso y uso se dan en función de los grupos etarios, verificándose que las poblaciones más jóvenes tienen un mayor acceso y uso. De hecho las posibilidades de acceso a algunos medios y recursos de las NTICs guardan una estrecha relación de correspondencia con la existencia o no de menores escolares y/o jóvenes universitarios en la familia.

Tapscott (1998), sostiene que los “más jóvenes” entienden y conocen las nuevas tecnologías con mucha más rapidez que los “adultos”. Esta realidad se explicaría debido a que los “más jóvenes” han nacido rodeados de la tecnología, lo perciben como su entorno natural y simplemente la asimilan. En cambio, en las personas adultas donde generalmente prevalecen conocimientos, actitudes y prácticas más tradicionales o arraigadas, la situación es más complicada ya que tienen que acomodarse a la nueva tecnología lo que supone un proceso de conocimiento y aprendizaje, el cual no siempre están dispuestos a inaugurar y proseguir. Al respecto, Tapscott, señala “a las personas adultas les resulta difícil aprender algo completamente nuevo y deben cambiar su forma de pensar usual para acomodar la nueva tecnología”.

A nivel regional, se sabe que la mayoría de los usuarios del Facebook son jóvenes y adolescentes y que el 80% de los usuarios tienen edades que fluctúan entre los 12 y 30 años siendo la frecuencia de uso más alta entre los 18 y 25 años de edad, periodo en el cual la persona está realizando curso de profesionalización. Al respecto, Gálvez y Calderón (2012: 58), señalan que al interior de la red Internet, el Facebook se constituye después de Google, el recurso más utilizado sobre todo por los jóvenes

En el país no existen cifras oficiales sobre el acceso y uso de las NTICs en función de las variables edad y sexo, pues únicamente existen algunas estimaciones estadísticas a veces contradictorias que señalan que los más jóvenes los que más las utilizan. Asimismo, se informa que al margen de los jóvenes y adolescentes, también niños y niñas son usuarios de algunos recursos y medios de estas nuevas tecnologías. A partir de esta realidad señalar que las NTICs, la red Internet, las redes sociales y el Facebook particularmente para las poblaciones más jóvenes han dejado de ser una “moda” y se han convertido en algo fundamental de su cotidianidad tanto en espacios públicos como privados, pues están definiendo nuevas formas de entretenimiento, esparcimiento, comunicación e información entre los más jóvenes.

Un estudio realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), señala que en el país en el año 2011, el 57% de los jóvenes, de entre 16 y 30 años de edad tanto del área urbana como del ámbito rural, tenía acceso a la red Internet, principalmente a través de cabinas y/o cafés Internet, domicilio particular y celulares. Este mismo estudio en relación a las redes sociales señala que en el Facebook tiene 1.753.380 usuarios, principalmente jóvenes de los cuales el 55% son hombres y el 45% son mujeres.

En el marco de la investigación el grupo de edad que prevalece en los jóvenes universitarios se encuentra entre los 18 y 21 años de edad, con una mayor cantidad de mujeres en este grupo poblacional, seguido de los jóvenes universitarios cuyas edades fluctúan entre los 22 y 25 años, con una mayor cantidad de hombres en esta franja etaria.

Cuadro N° 13
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR EDAD

Edad	Hombres	%	Mujeres	%
De 18 a 21 años	10	33.3	23	76.7
De 22 a 25 años	16	53.3	7	23.3
De 26 a 29 años	3	10.0	0	0
De 30 años y más	1	3.3	0	0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.2.3. Estado civil

Otra variable muy importante para establecer el perfil de los jóvenes universitarios usuarios del Facebook tiene que ver con la variable “estado civil”. Se advierte que la gran mayoría, casi la totalidad, de los jóvenes universitarios independientemente de que sea hombre o mujer se halla en una situación de “solterío”, realidad que tiene relación de correspondencia con su actual edad que es aquella que corresponde a la formación profesional. De las 60 personas que conforman la muestra investigada solamente cuatro están casadas, dos hombres y dos mujeres y existe un solo hombre que señala que se ha separado de su pareja.

Cuadro N° 14
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR ESTADO CIVIL

Edad	Hombres	%	Mujeres	%
Soltero	27	90.0	28	93.3
Casado	2	6.7	2	6.7
Conviviente	0	0.0	0	0
Separado	1	3.3	0	0
Viudo	0	0.0	0	0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.2.4. Origen social

Los resultados informan que la mayoría de los jóvenes universitarios han nacido en un algún centro urbano, principalmente en las ciudades de La Paz y El Alto, luego están aquellos jóvenes universitarios que tienen un origen rural, principalmente de alguna provincia del propio departamento de La Paz. Este dato es congruente con la información que se tiene en relación al acceso y uso de las NTICs que señala que la mayoría de los usuarios provienen de ámbitos urbanos y no tanto de ámbitos rurales.

Cuadro N° 15
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR LUGAR DE NACIMIENTO

Lugar de origen	Hombres	%	Mujeres	%
Provincia paceña	3	10.0	3	10.0
Centro minero	0	0.0	0	0.0
Ciudad de La Paz	19	63.3	20	66.7
Ciudad de El Alto	6	20.0	4	13.3
Otro departamento (rural)	1	3.3	0	0
Otro departamento (urbana)	1	3.3	2	6.7
Otro lugar	0	0.0	1	3.3
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.2.5. Lugar de residencia

La gran mayoría que alcanza al 65% de los jóvenes universitarios tienen como lugar de residencia alguna de las zonas de la ciudad de La Paz y el 30% en la ciudad de El Alto. Desagregando esta información por zona donde vive se advierte que en el caso de la ciudad de La Paz la mayoría reside en zonas consideradas de clase media y clase baja. En cambio, en el caso de los jóvenes universitarios

que residen en la ciudad de El Alto, una gran mayoría de ellos tiene como lugar de residencia las zonas de Ciudad Satélite, Villa Dolores y Villa Adela.

Esta información encuentra relación de correspondencia con los datos proporcionados por la División de Sistemas de Información y estadística (DSIE) de la UMSA que señalan que en los últimos años resulta importante la presencia de jóvenes universitarios provenientes de las ciudades de El Alto y Viacha. De un total de 78.219 estudiantes del pregrado, 50,941 provienen de la ciudad de La Paz, 25,157 de la ciudad de El Alto y el resto de otros lugares.

Cuadro N° 16
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR LUGAR DE RESIDENCIA

Lugar de residencia	Hombres	%	Mujeres	%
La Paz	17	56.7	20	66.7
El Alto	9	30.0	9	30.0
Viacha	3	10.0	0	0.0
Otro zona	1	3.3	1	3.3
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.2.6. Situación laboral

Otra variable que revela como son los jóvenes universitarios usuarios del Facebook está relacionada con la situación laboral o el empleo. Si bien la totalidad de los jóvenes universitarios se encuentran dentro de la Población en Edad de Trabajar (PET),⁵³ no todos ellos trabajan. Aproximadamente el 60% de los jóvenes universitarios señala que no trabaja, casi un 25% indica que trabaja y el otro 15% que realiza ciertas actividades laborales inestables.

Cuadro N° 17
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR SITUACIÓN LABORAL

Actualmente trabaja	Hombres	%	Mujeres	%
Si	6	20.0	10	33.3
No	17	56.7	18	60.0
A veces	7	23.3	2	6.7
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Si se desagrega esta información por género se tiene que son más las mujeres que trabajan de manera permanente en relación a los hombres y, en contraste, son más los hombres que desarrollan alguna actividad laboral eventual. De acuerdo a los testimonios obtenidos señalar que los trabajos que realizan estos jóvenes universitarios por lo general solamente tienen una duración temporal y necesariamente tienen que estar “acomodados” a los horarios de clases que ellos tienen, siendo que en muchos casos estos no son compatibles con los horarios de trabajo, entonces surge la disyuntiva en los ellos ¿Trabajo o estudio? A continuación se expone un testimonio que ilustra lo expuesto.

“...yo trabajaba en una Internet, el año pasado, era administrador de cuatro grupos de Facebook: 1) página Kim Hiun Young, 2) Sociedad Comunitaria, 3) CONALJUVE y 4) No pido que me

⁵³ En Bolivia la PET fluctúa entre los 15 y 65 años de edad.

amen con que no me jodan es suficiente, me encargaba de subir fotos, videos, imágenes y mensajes para distraer, satisfacer e informar a las personas, había varios administradores y yo era el administrador por las mañanas, porque en las tardes tenia clases. Ahí aprendí más a manejar el Facebook y casi me vuelvo adicta, toda mañana estaba en el “face” y gratis, pero igual de mi celular seguía entrando todo el día al “face”, me gustaba ese trabajo, pero como han cambiado mis horarios ya no podía ir a trabajar, ahora es difícil encontrar un trabajo que se acomode a tus horarios, mi mama me ha dicho vos tienen que decidir si estudias o trabajas”

(Joven Universitaria)

3.2.7. Recursos y medios digitales

Según Torrico et al (2012), el acceso y el consumo de las NTICs en Bolivia está estrechamente vinculado a la oferta comercial que proporcionan los puntos formales e informales de venta comercial de NTICs, siendo los principales componentes de esta oferta los teléfonos celulares, computadoras, equipos de sonido, televisores de última generación, cámaras fotográficas, filmadoras, video/juegos, reproductor de audio y video y programas de software. A partir de esta realidad descrita manifestar que para conocer las características del acceso a las NTICs es necesario hacer referencia a la existencia de algunos bienes de consumo en el ámbito del hogar que posibilitan dicho acceso, pues la adquisición o compra de ciertos equipos, herramientas, soportes y otros recursos tecnológicos e informáticos que contienen alta tecnología determinan el “acceso/financiero” tanto a nivel individual como a nivel familiar.

Si bien algunas preguntas de la boleta de encuesta están orientadas a recoger datos sobre el acceso y uso que hacen los jóvenes universitarios de algunos medios y recursos de las NTICs se pone mayor énfasis en el análisis de los datos que se consideran más relevantes para los propósitos de la investigación, en este caso los relacionados al acceso y uso de computadoras, los teléfonos celulares y la red Internet.

Cuadro N° 18
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR ACCESO A LAS NTICs

Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación	Hombres		Mujeres	
	Si	No	Si	No
Computadora	27	3	29	1
Internet domicilio	13	17	16	14
Laptop	17	13	19	11
Tv Plasma	20	10	24	6
USBs	27	3	26	4
iPod	7	23	4	26
Tablet	7	23	6	24
Celular	29	1	30	0
Televisión por cable	13	17	17	13
Videos juegos	20	10	13	17
Cámaras digitales	21	9	13	17

Fuente: Boleta de encuesta 2016

En el país si bien existe una oferta comercial favorable al acceso de algunos recursos de las NTICs, en el caso de la telefonía móvil y el Internet, a pesar de la existencia de una tendencia a mejorar estos

servicios y su acceso sobre todo a partir de las empresas telefónicas, existen algunas dificultades vinculadas a los costos, baja cobertura o la falta de equipamiento e infraestructura.

Según la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transporte, el acceso a Internet que se da a través de un dispositivo portátil o celular se incrementó en un 41% en la gestión 2010 respecto a 2009, las estadísticas de esta institución señalan que las conexiones 3G y 3.5G pasaron de 74.401 a 104.940 en este periodo de tiempo.

Para 2012, la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transporte (ATT), informaba que el número de líneas activadas de telefonía móvil llegaban a 9.3 millones en Bolivia y que el departamento de Santa Cruz contaba con el mayor número de estas líneas seguidas de los departamentos de La Paz, Cochabamba y Oruro. Los datos estadísticos de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transporte revelan que alrededor del 50% de la población boliviana hace uso efectivo del Internet, pero de este total solamente entre un 3 y 5% tienen conexión a la red desde su domicilio. A la vez que es acceso insuficiente esta signado por un servicio lento, mala calidad, elevado costo y poco control estatal hacia las telefónicas.⁵⁴

Para el año 2013, la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transporte informa que el país tiene 1.219.542 conexiones de Internet, siendo el departamento de Santa Cruz el que cuenta con el mayor número de conexiones 158.974, le siguen La Paz con 94.296 conexiones y Cochabamba con 49.062 y el resto se halla repartido entre los demás departamentos.

A finales del 2014, se dice que en Bolivia existían 1.350.600 teléfonos celulares de un total de 9.4 millones de celulares. De ese total: 780.000 son Samsung, 340.000 son Sony, 56.000 son LG, 12.600 son Motorola, 12.200 son HTC. Asimismo, se indica que existen 26.000 teléfonos de modelo iPhone 5, 22.000 iPhone 4S y 20.000 iPhone 4. También se informa que el número de Smartphones en Bolivia habría crecido 17 veces en solo cuatro años, indicando que actualmente, el 17 por ciento del mercado de teléfonos móviles es de tipo Smart, en tanto que el año 2011 esta cifra era sólo del 2%.⁵⁵

En función de esta información estadística y los resultados obtenidos se advierte que en los jóvenes universitarios el acceso y consumo de las NTICs está principalmente vinculado a la propiedad y el uso personal de teléfonos celulares, computadoras, USBs, televisores de última generación y laptops. La gran mayoría de los jóvenes universitarios, por no decir la totalidad, tiene por lo menos un teléfono celular y una computadora, estos son los principales recursos tecnológicos que ya son parte de su vida cotidiana y universitaria. Sin embargo, también señalar que resultan ser importantes consumidores de otros recursos tecnológicos que se circunscriben sobre todo al ámbito del hogar o doméstico y que son de propiedad familiar como ser reproductores de audio y video, televisión por cable, cámaras fotográficas y otros equipos tecnológicos.⁵⁶

De acuerdo a la información testimonial obtenida también se evidencia que se constituye en un común denominador la constante la “renovación” periódica de algunos de estos equipos digitales, en particular los teléfonos celulares y la vez la “actualización” de estos equipos en particular computadoras, programas informáticos y dispositivos USB, pues la tecnología avanza ni siquiera a cada minuto sino a cada segundo. Sin embargo, es necesario aclarar que en algunos casos esta

⁵⁴ Se dice que el Internet en Bolivia es el más lento y caro del mundo.

⁵⁵ Información disponible en http://www.opinion.com.bo/opinion/vida_de_hoy/2014/0906/vidadehoy.php?id=2848

⁵⁶ Los teléfonos celulares han sido modificados para dar lugar a su acceso a la red Internet, se trata de los denominados Smartphone.

renovación no solo obedece a cuestiones de avance tecnológico sino que obedece a cuestiones ligadas a la pérdida, el destroz o el consumo cultural mismo.

“...yo en lo que va de este año he cambiado tres celulares, uno porque me han robado en la movilidad al venir a la universidad, el otro, o sea el que me comprado “usadito” de un cuate, solo ha funcionado bien, solo dos semanas y después ya no, he tratado de hacerlo arreglar pero dicen que ya no tienen solución, no hay repuestos, así que mejor he hablado con mi viejo y le he dicho que ahora es muy necesario el celular en la universidad y me he comprado este que es uno de los últimos modelos, es el “Samsung S7, casi todas las aplicaciones tiene, es veloz y buen imagen y resolución tiene...”

(Joven universitario)

Por otro lado, también se sabe que la mayoría de los casos estos recursos tecnológicos son adquiridos personalmente y, en otros casos, son los más jóvenes los que orientan, asesoran y deciden por sus progenitores en la compra de algunos de estos equipos sobre todo de audio y video. Esta realidad no hace más que evidenciar que son ellos los que se hallan más familiarizados con estos equipos de alta tecnología, pues tienen un mayor conocimiento de sus características, funciones y utilidades, Como bien lo expresan algunos especialistas “los jóvenes de hoy han nacido en la era digital, ya traen el chip integrado desde cuando nacen, no conocen lo analógico van creciendo con la tecnología que la incorporado a su vida cotidiana” (Tapscott, 1988). La experiencia de los jóvenes con las distintas formas de consumo audiovisual, los acerca en mejores condiciones, por “socialización tecnológica”, a los objetos informáticos y los hace usuarios potencialmente familiarizados con el manejo de las NTICs (Sarena, 2006).

Al margen del ámbito familiar otro espacio que también brinda la posibilidad de acceso y consumo de algunos de los recursos de las NTICs, es la propia universidad. Al respecto, manifestar que la Universidad y en particular la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales tiene la infraestructura adecuada y necesaria para poder trabajar con equipos de alta tecnología y a la vez cuentan con los equipos y recursos que hacen las NTICs. Este equipamiento “subsana” en cierta manera las carencias o las dificultades en el “acceso/infraestructura”, pues en estos espacios universitarios existe la posibilidad concreta de acceder físicamente a las NTICs. Sin embargo, se ha constatado que no son muchos los jóvenes universitarios que acceden físicamente a algunos recursos de las NTICs a través de los equipos con los que cuenta la universidad y en particular de la carrera en términos de laptops, data show, videos y programas informáticos. Como se verifica más adelante ellos mismos expresan que la universidad no se constituye en uno de los principales espacios a partir del cual pueden acceder a algunos medios y recursos de las NTICs.

La cuestión del uso se halla relacionada a la forma como aprovechan o emplean estos equipos de alta tecnología y el beneficio y la utilidad que les reportan. La información testimonial revela que a través de ciertas actividades se trata de sacar el mayor provecho de un determinado equipo. Sin embargo, manifestar que su uso eficiente y eficaz implica el desarrollo de ciertas competencias informacionales y no solamente de una acción mecánica, es decir, el uso se encuentra vinculado a la “apropiación tecnológica.

Si bien no es el objetivo del trabajo el de establecer cómo influyen las diferencias socioeconómicas en el acceso y uso de las NTICs se deduce que los modalidades, lugares, intensidades, necesidades y

expectativas que generan dicho acceso y uso dependen directamente del segmento socioeconómico al cual se pertenece.

3.3. Acceso y uso del internet

La red Internet por la diversidad de servicios que ofrece se constituye en uno de los recursos más significativos de las NTICs. La penetración del Internet en la vida cotidiana de miles de personas se concretiza a través de diferentes ámbitos en términos domésticos, laborales, institucionales, académicos, educativos, etc.

Para fines de 2014, uno de cada dos personas en Bolivia tenía acceso al servicio de internet. Según datos oficiales de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), el 46,3% de la población boliviana (4.981.684) dispone de una conexión móvil o fija a la red de comunicación, principalmente a través de teléfonos celulares. Esta entidad informa que “A diciembre de 2014 se registraron 4.981.684 conexiones de internet en Bolivia, es decir que la penetración del servicio llegó al 46,3% de la población que alcanza a 10,7 millones de personas”.⁵⁷

Se deduce que este incremento en el acceso a la red Internet por parte de la población boliviana se explica por diversos factores principalmente ligados a la economía en alza, el poder adquisitivo, el precio de los teléfonos inteligentes, la aparición de nuevos equipos tecnológicos y los planes paquetes, bolsas y reducción de precios por parte de las empresas telefónicas.

En el marco de la presente investigación se ha constatado que la totalidad de los jóvenes universitarios encuestados utiliza la red Internet, dato que resulta de suma importancia para la investigación. A través de este dato se confirma el hecho de que el Internet ya es parte “indisoluble” de la cotidianidad de los jóvenes en particular de los universitarios.

Cuadro N° 19
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR USO DE INTERNET

Utilizas la red Internet	Hombres	%	Mujeres	%
Si	30	100.0	30	100.0
No	0	0.0	30	0.0
Totales	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.3.1. Lugar de acceso al Internet

Las diferentes encuestas de opinión que se han realizado sobre el uso del Internet en Bolivia señalan que es importante el número de usuarios de la red Internet pero que su acceso no es necesariamente a través de una conexión domiciliaria sino mediante otro tipo de dispositivos. Al respecto, se dice que el país tiene un déficit en términos de acceso al Internet, solo el 10% de la población accede a este servicio y en un 3% lo hace desde sus hogares, estos debido a diferentes razones como ser la baja cobertura y los elevados costos económicos del servicio de conexión domiciliaria.

De manera casi coincidente los resultados informan que en jóvenes universitarios tanto hombres como mujeres el principal medio a través del cual acceden o se conectan a la red Internet es el teléfono

⁵⁷ La Razón, 01.03.15.

celular, luego están El WiFi, las cabinas públicas, el domicilio y, finalmente, la universidad. Esta realidad se explica en vista de que la totalidad de los jóvenes universitarios cuenta con un “celular inteligente” que le permite dicho acceso, además porque este aparato es fácil de transportar y su uso con las facilidades de promoción que ofrecen algunas empresas telefónicas no reporta un elevado gasto económico.

Cuadro N° 20
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR MEDIO DE ACCESO AL INTERNET

Medio de acceso	Hombres	%	Mujeres	%
Vía celular	23	76.7	24	80.0
Domicilio	2	6.7	1	3.3
Cabina	2	6.7	2	6.7
Universidad	1	3.3	1	3.3
WiFi	2	6.7	2	6.7
Trabajo	0	0.0	0	0.0
Otros	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Si bien estos son los datos obtenidos en torno al lugar de donde “principalmente”, los jóvenes universitarios acceden al internet señalar que ellos acceden a la red desde diferentes espacios o puntos, desde su propia vivienda, teléfonos celulares, laptops o computadoras portátiles y desde la universidad y/o cabinas públicas que se encuentran por los alrededores. Es más aún señalar que muchos de ellos, combinan estos espacios para acceder a los servicios del Internet. Sin embargo, lo que interesa señalar es que la gran mayoría de los jóvenes universitarios accede al Internet desde sus teléfonos inteligentes o “Smartphone”.

3.3.2. Frecuencia de uso del Internet

Independientemente del principal lugar de acceso se ha constatado que la gran mayoría de los jóvenes universitarios que representa aproximadamente a dos tercios utilizan la conexión a la red Internet “casi siempre” y “siempre”. En contraste, son pocos los jóvenes universitarios que afirman que usan la red “algunas veces” o “muy pocas veces”. Estos resultados no hacen más que confirmar la tendencia que existe en relación al uso del Internet por parte de jóvenes universitarios, es decir, que este medio se ha convertido en parte indisoluble de su cotidianidad.

Cuadro N° 21
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR LUGAR FRECUENCIA DE USO DE INTERNET

Lugar de residencia	Hombres	%	Mujeres	%
Siempre	9	30.0	16	53.3
Casi siempre	18	60.0	10	33.3
Algunas veces	3	10.0	3	10.0
Muy pocas veces	0	00.0	1	3.3
Nunca	0	00.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Este dato no hace más que confirmar el hecho de que el uso frecuente de la red Internet en jóvenes universitarios es ya un común denominador, pues es parte de su vida cotidiana. La mayor fortaleza de

la red Internet y lo que la hace interesante en la aplicación de ciertas prácticas educativas es su elevado nivel de uso en los jóvenes universitarios.

3.3.3. Objetivos de uso del Internet

En países europeos la mayoría de los usuarios definen a la red Internet como un medio principal de información y comunicación. En el contexto norteamericano, se sabe que en orden de importancia los jóvenes utilizan habitualmente la red Internet, con fines de entretenimiento, aprendizaje, comunicación y consumo. (Don Tapscott, 1998). A nivel latinoamericano, algunas investigaciones señalan que los usuarios utilizan el Internet principalmente en busca de información. En cambio, otros estudios señalan que la gente acude al Internet particularmente para entretenerse. El especialista venezolano Andrés Cañizales señala que “la gente en América Latina no tiene el hábito de informarse mediante el Internet sino que es utilizada principalmente para el entretenimiento”. Puntualiza que “los latinoamericanos no van al Internet a informarse sino que sus sitios más frecuentados son los servicios generales de plataforma para hacer contacto con las personas, siendo los sitios más visitados Google, Yahoo, Hotmail, Terra y Wikipedia, que no son plataformas informativas sino que sirven para entretenerse o buscar información específica”.⁵⁸

A nivel nacional, Arratia et al (2006: 32), señala que “los jóvenes son motivados por los servicios que pueden encontrar en la red Internet: chat, correo electrónico, navegadores de información; pero también por la oferta de juegos interactivos. Las motivaciones por uno u otro servicio dependen de la edad y el género de los usuarios”. Más adelante, señala que “en un primer momento de las entrevistas, los jóvenes mencionaron la importancia de la red Internet como medio de información; pero, al profundizar la misma, ellos admitieron que, además de la búsqueda de información, lo que más les motiva a frecuentar estos sitios es el chat y los juegos”. Uberhuaga et al (2005) sostiene que “las demandas de los y las jóvenes develan su pasión por el entretenimiento más que por la investigación o la educación, planteando un serio problema con relación al uso del Internet y su rol dentro del proceso enseñanza/aprendizaje”.

El estudio realizado en el año 2009, por la empresa CIES Internacional, dice que la mayoría de las personas que residen en algunas de las ciudades del eje central utiliza el Internet para la búsqueda de información, luego para comunicarse, acceder a redes sociales, hacer descargas y posteriormente para jugar.⁵⁹ Asimismo, este estudio señala que existen diferencia en el uso del Internet por sexo, pues las mujeres usan la red sobre todo para chatear y que los varones utilizan la red principalmente para realizar descargas y jugar.

La investigación realizada por Moreno (2010), señala que en Ciudad Satélite los jóvenes acuden a la red Internet, principalmente para buscar “información” que es utilizada en diferentes actividades o para satisfacer ciertas necesidades y, luego, para revisar su “correo electrónico” y “chatear”. En cambio, los adolescentes van preferentemente a “jugar” y, secundariamente, para reunirse con los amigos” y “ver videos y películas”.

De acuerdo a los resultados obtenidos por estas investigaciones, entre otras, se advierte que cuando los jóvenes entran a la red Internet, si bien tienen un propósito o casi definido tienden a utilizar varios servicios y realizar varias actividades. Esta realidad estaría vinculada bidimensionalmente, por lado, a

⁵⁸ Este tema fue expuesto en la III versión de la Exposición en Comunicación llevada a cabo en los predios de la Universidad Católica Boliviana.

⁵⁹ La Razón, 16.08.09.

lo que Vilches⁶⁰ (2001), denomina “migraciones digitales”, que suponen que simultáneamente se puede transitar por diferentes lugares o sitios de la red o el “ciberespacio”, solamente haciendo un simple “click” y, por otro lado, a lo que Arratia et al (2006), llama la “atención múltiple”, es decir, a la capacidad y la habilidad de los “más jóvenes” para acceder y utilizar simultáneamente diferentes servicios de la red.

En realidad, los jóvenes al conectarse con la red Internet entran al mismo tiempo a ver su perfil y revisar su correo electrónico, escuchar música, ver videos o revisar noticias nacionales, deportivas o de farándula. Así, por ejemplo, entran a sacar información, pero antes revisan su correo o su “face” y comienzan a responder algunos mensajes y, en muchos casos, producto de esta “distracción digital” ya ni siquiera sacan la información buscada.

Frente a esta dificultad metodológica y empírica para indagar cual es la principal motivación en jóvenes universitarios para utilizar los servicios del internet se han formulado dos interrogantes: ¿Principalmente para que entras al Internet? y ¿Después para que más entras al Internet?. Las respuestas a la primera interrogante informan que la gran mayoría de los jóvenes universitarios lo que primero que hace en el Internet es chatear con amigos, compañeros y familiares. Después entran a la red a buscar información.

Cuadro N° 22
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR PRINCIPAL TIPO DE USO DE INTERNET

Principal uso	Hombres	%	Mujeres	%
Chatear	8	26.7	11	36.7
Correo electrónico	0	0	0	0
Jugar	0	0	0	0
Facebook	7	23.3	2	6.7
Buscar información	7	23.3	9	30.0
Sacar información	2	6.7	0	0
Descargar programas	1	3.3	1	3.3
Ver videos y/o películas	1	3.3	1	3.3
Escuchar música	0	0	0	0
Ver noticias	0	0	3	10.0
Cursos virtuales	0	0	0	0
Matar el tiempo	0	0	2	6.7
Labores educativas	3	10.0	0	0
Comprar o vender	0	0	1	3.3
Otros	1	3.3	30	0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con relación a la segunda interrogante se advierte que los jóvenes universitarios al conectarse al Internet ingresan a su “face” como segunda y principal opción y luego también ingresan a la red en busca de información. Sin embargo, es importante señalar que si bien señalan que entran en una segunda opción, por determinado servicio, también simultáneamente entran y usan otros servicios y/o activan otras aplicaciones.

⁶⁰ Según Lorenzo Vilches, en la actual sociedad de la información se vive en medio de migraciones de diferente índole y que se expresa de diferentes maneras, se transita desde lo analógico hasta lo digital, desde la analfabetización científica hasta la alfabetización científica, desde el espacio real hasta el espacio virtual.

Cuadro N° 23
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR SECUNDARIAMENTE TIPO DE USO DE INTERNET

Secundariamente uso	Hombres	%	Mujeres	%
Chatear	4	13.3	5	16.7
Correo electrónico	0	0.0	1	3.3
Jugar	1	3.3	0	0
Facebook	9	30.0	8	26.7
Buscar información	7	23.3	8	26.7
Sacar información	4	13.3	2	6.7
Descargar programas	1	3.3	1	3.3
Ver videos y/o películas	2	6.7	2	6.7
Escuchar música	0	0.0	0	0
Ver noticias	0	0.0	0	0
Cursos virtuales	0	0.0	0	0
Matar el tiempo	1	3.3	1	3.3
Labores educativas	1	3.3	0	0
Comprar o vender	0	0.0	1	3.3
Otros	0	0.0	1	3.3
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Un análisis más detallado de ambos cuadros permiten realizara las siguientes afirmaciones: los jóvenes ingresan a la red Internet para satisfacer distintas necesidades sobre todo vinculadas a la comunicación, información y entretenimiento, el uso principal que se le da al Internet en función de la variable sexo no presentan situaciones bastante diferentes, pues la mayoría de ellos y ellas entran a la red a “chatear”, como tampoco existen diferencias sustanciales en la segunda opción, pues en su gran mayoría ellos y ellas , señalan que también entran a la red a ver su “Facebook”. De acuerdo a esta información es válido señalar que para la gran mayoría de los jóvenes universitarios la red Internet representa principalmente un medio de comunicación y secundariamente como medio de información. Lo que llama la atención es que ninguno de los encuestados, tanto hombres como mujeres, señala que utiliza el Internet para escuchar música, ver noticias y realizar cursos virtuales, se deduce que ahora debido al avance de la tecnología las dos primeras necesidades están satisfechas a partir del uso de los teléfonos inteligentes.

3.3.4. Conocimiento y aprendizaje del Internet

En relación a este punto señalar que en Bolivia existe un déficit en el “acceso cultural” a la red internet, esto debido al nivel de conocimiento que se tiene sobre el uso de esta tecnología y los beneficios que puede reportar en aspectos económicos, políticos, sociales, culturales y educativos. Con relación a este último punto señalar que si bien el Estado está tratando de mejorar los sistemas de enseñanza/aprendizaje con la implementación de tecnología computarizada y digital aún falta mucho camino por recorrer.

Si bien la mayoría de los jóvenes universitarios reconoce que tiene un conocimiento “bueno” y “regular” del manejo de la red Internet, la evidencia empírica revela que este supuesto nivel de conocimiento no tiene una objetiva relación de correspondencia con la realidad, pues cuando a algunos de los encuestados que expresan “conocer bien” el manejo del Internet, se les pregunta por la diferencia existente entre la Web 1.0 y la Web 2.0 o por la diferencia entre “sitio Web” y “página Web” son pocos los que tienen la respuesta correcta.

Cuadro N° 24
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR CONOCIMIENTO DE USO DE INTERNET

Conocimiento del Internet	Hombres	%	Mujeres	%
Muy buena	5	16.7	2	6.7
Buena	19	63.3	14	46.7
Regular	3	10.0	10	33.3
Mala	3	10.0	4	13.3
Muy mala	0	0	0	0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Se advierte que en el uso de la red Internet la mayoría de los jóvenes universitarios no tiene un adecuado nivel de conocimiento, la gran mayoría utilizan algunos servicios y recursos únicamente a partir de cierto conocimiento empírico basado en la experiencia personal o transmitido por “otros”. Se trata de un uso casi mecanístico que no incluye cierto “saber tecnológico”, pues algunas “habilidades” para manejar ciertas herramientas del internet han sido “auto aprendidas” o “enseñadas” principalmente por amigos o hermanos. En términos absolutos señalar que de las 60 personas encuestadas solo 3 dicen que han acudido a un “Instituto” para aprender a manejar ciertas aplicaciones de la red Internet.

Cuadro N° 25
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR APRENDIZAJE DE USO DE INTERNET

Aprendizaje uso Internet	Hombres	%	Mujeres	%
Solo	13	43.3	19	63.3
Amigos	8	26.7	8	26.7
Compañeros	0	0	0	0.0
Hermanos	5	16.7	2	6.7
Colegio	1	3.3	1	3.3
Instituto	3	10.0	0	0.0
Universidad	0	0.0	0	0.0
Familiares	0	0.0	0	0.0
Otros	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.3.5. Ventajas y desventajas del Internet

Giddens (2002), señala que las opiniones sobre los efectos de la red Internet en la interacción social se encuentran divididas, Unas a favor y otras en contra. Algunos autores ven al Internet como un elemento positivo que ha venido a expandir y enriquecer las redes sociales de las personas. Asimismo, como un recurso que despierta el interés, la motivación, el aprendizaje y la accesibilidad a una enorme cantidad de información. En cambio, otros especialistas señalan que el Internet aumenta el aislamiento social y provoca mayores distracciones, la dispersión de la atención, la pérdida de tiempo y el aprendizaje incompleto, parcial e impreciso.

En el marco de la investigación los resultados informan que para la gran mayoría de los jóvenes universitarios encuestados la gran ventaja del internet radica en el hecho de facilitar el “acceso a la información” y a la vez en segundo orden facilitar la “comunicación”.

Cuadro N° 26
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR VENTAJAS DE INTERNET

Ventajas de Internet	Hombres	%	Mujeres	%
Facilita la comunicación	8	26.7	12	40.0
Facilita la información	15	50.0	16	53.3
Facilita el esparcimiento	1	3.3	1	3.3
Facilita labores educativas	3	10.0	0	0.0
Desarrolla habilidades	3	10.0	1	3.3
Otras ventajas	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0		100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

En el contexto de la investigación, con relación a las desventajas del Internet la mayoría de los jóvenes universitarios encuestados señala que la red provoca “mucha distracción” e “incentiva a la flojera”. El primer aspecto negativo es más acentuado en las mujeres y el segundo en los hombres.

Cuadro N° 27
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR DESVENTAJAS DE INTERNET

Desventajas de Internet	Hombres	%	Mujeres	%
Mucha información	4	13.3	0	0.0
Mucha distracción	11	36.7	12	40.0
Incentiva la flojera	2	6.7	6	20.0
Incentiva la adicción	10	33.3	8	26.7
Incentiva el plagio	2	6.7	4	13.3
Otras desventajas	1	3.3	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.4. Acceso y uso de las redes sociales

Algunos de los servicios de la red Internet al margen de posibilitar comunicarse, informarse y distraerse permiten también satisfacer otras necesidades a través de la conformación y adscripción a las “redes sociales virtuales” que se hallan constituidas por comunidades que aglutinan a millones de personas que interactúan bajo un mismo formato. Estas páginas web permiten a las personas que se conozcan entre sí a partir de ciertos intereses compartidos estableciendo perfiles, conectarse amigos y establecer nuevas amistades.

Las redes sociales al modificar substancialmente formas tradicionales de entretenimiento, comunicación e información han creado nuevas formas de interacción social y de socialización a partir de los siguientes cuatro elementos:

1. Enormidad que engloba la enorme cantidad de redes, grupos y personas a las que puede llegar de manera instantánea
2. Comunidad que supone una ampliación de la escala o la magnitud en la que se puede compartir información y contribuir a esfuerzos colectivos y compartidos.
3. Especificidad que implica el incremento impresionante en la particularidad de los vínculos que se pueden formar y conformar.

4. Virtualidad que admite la gran capacidad de asumir identidades virtuales.

Debido a estas posibilidades, la conexión a las redes sociales se ha constituido en uno de los servicios más populares, utilizados y extendidos de la red internet. Tal es el auge de las redes sociales que se calcula que para fines de 2015 a nivel mundial tiene 2 mil millones de usuarios, lo que representa el 28% de penetración a nivel mundial. Si bien las redes sociales atraen a todos los segmentos de la población independientemente de su edad, sexo, ocupación, nivel de instrucción, origen social, lugar de residencia o status social se ha constatado que los principales usuarios son los más jóvenes en quienes reporta un nuevo medio de comunicación que permite crear y mantenerse en contacto con amigos, familiares y otras personas o instituciones conocidas. Al respecto, se informa que al margen de los jóvenes, el 80% de los menores de 13 años que residen al alguno de los países latinoamericanos tienen cuentas en las redes sociales sin autorización y el consentimiento de los padres, si bien esta información corresponde a Argentina, Brasil y Chile, se dice que existen serios indicios para sostener que esta tendencia también se replica en Bolivia.⁶¹

Al margen del criterio de selección de las unidades de análisis “ser usuario del Facebook” se ha constatado que casi la totalidad de los jóvenes universitarios del tercer año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social declara tener por lo menos una cuenta en alguna red social, principalmente el Facebook. Esta información expresa el hecho de que las redes sociales se han convertido en una suerte de moda cuyo uso es bastante extendido, precisamente por las facilidades en el acceso, la carencia de autorización y la relativa intimidad que ofrece al usuario.

Cuadro N° 28
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR ADHESIÓN A REDES SOCIALES

Es parte de redes sociales	Hombres	%	Mujeres	%
Si	30	100.0	30	100.0
No	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.4.1. Tipo de redes sociales

La red social preferida en los jóvenes universitarios es Facebook, seguida por Whatsapp, Twitter y MySpace información que no hace más que confirmar que el uso del Facebook es el más extendido y que las otras redes sociales se ubican en un segundo plano, a pesar de su acelerado crecimiento. Se dice que esta red social Facebook es la preferida por las numerosas aplicaciones y actualizaciones que ofrece como ser crear eventos, sacar información, contactar amigos, subir fotos y videos, entre otras opciones. Sobre este tema de las redes sociales conviene aclarar que actualmente entre especialistas existe una discusión sobre si Whatsapp es o no una red social. En vista de que algunos jóvenes universitarios consideran a Whatsapp como una red se ha visto por conveniente incluirla en esta tipología.

⁶¹ El Extra, 21.04.15.

Cuadro N° 29
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR TIPO DE RED SOCIAL

Tipo de red social	Hombres	Mujeres
Twitter	3	4
MySpace	1	1
Whatsapp	5	5
Otros		0
Total	8	10

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.4.2. Lugar de acceso a las redes sociales

Con relación al lugar de acceso a la red social se sabe que los jóvenes universitarios acceden a este servicio de la red Internet principalmente o casi exclusivamente a través de su teléfono celular inteligente (Android). Esta información es congruente con lo que señala la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transporte (ATT) que señala que la mayoría de los bolivianos se conecta a la red Internet a través de un teléfono celular. Como bien lo señala el Banco Mundial se debe considerar el uso internet desde los celulares es una peculiaridad del país.

Cuadro N° 30
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR LUGAR DE ACCESO A LA RED SOCIAL

Lugar de acceso Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Vía celular	26	86.7	27	90.0
Domicilio	1	3.3	1	3.3
Cabina	2	6.7	1	3.3
Universidad	0	0	1	3.3
WiFi	1	3.3	0	0.0
Trabajo	0	0	0	0.0
Otros lugares	0	0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

3.4.3. Perfil del usuario de las redes sociales

En la elaboración del perfil de usuario se advierte en algunos jóvenes universitarios la tendencia a colocar todos sus datos personales, nombre, edad, sexo, lugar de residencia, trabajo, estudios, etc. En cambio, otros solamente ponen algunos de sus datos personales han configurado su perfil de tal modo que solo aparece su nombre y en algunos casos su fotografía. Asimismo, se observa que algunos jóvenes universitarios tienen a colocar cierta información que se ajusta a la realidad y, en contraste, otros ocultan la realidad a través de información falsa, distorsiones y exageraciones, señalan que han creado falsos perfiles con el afán de ocultar su identidad o de engañar a amigos, compañeros y familiares.

La mayoría de los jóvenes universitarios en “su perfil” vinculan su identidad con su propio rostro y el resto la relaciona con algún paisaje, animal, mensajes, equipo de fútbol, logo, institución, mascota o ciudad de residencia.

El joven universitario usuario de las redes sociales tiene en promedio 605 amigos y es miembro de 11 grupos, de diversa índoles y 3 de carácter educativo, desagregando esta información se tiene que en el caso de los hombres ellos tienen en promedio 505 amigos son parte de 10 grupos sociales y de 3 grupos educativos. En el caso de las mujeres tienen en promedio 705 amigos son parte de 12 grupos sociales y de 4 grupos educativos. Sin embargo, la mayoría de estos amigos son virtuales, es decir, que nunca los han visto en persona, son desconocidos en la vida real pero conocidos en el espacio virtual.

Con relación a los amigos que tienen los jóvenes universitarios, en el caso de los hombres el que tiene menos amigos alcanza a 30 y el que tienen más amigos llega a 3.426 y en el caso de las mujeres la que tiene menos amigos alcanza a 37 y la que tiene más amigos llega a 2.942.

La gran mayoría de los jóvenes universitarios se conecta entre 4 y 10 veces al día y pasa más de 60 minutos al día en el “face”.

Más de la mitad de los jóvenes universitarios ha abierto su cuenta cuando estaban en colegio sobre todo influenciados por los compañeros de colegio y/o familiares

La gran mayoría de los jóvenes universitarios conoce y utiliza las aplicaciones sobre “términos de privacidad” en las redes sociales y constantemente las va actualizando. En tal sentido, varios de ellos señalan que han decidido “bloquear” a ciertas personas, fotos, mensajes, grupos y páginas. En algunos casos, los jóvenes universitarios bloquean a sus padres para evitar ser vigilados y/o vean la información que tienen. Asimismo, señalan que suben algunos contenidos que solo pueden ser vistos por sus “amigos”.

4.1. Prácticas educativas

Con relación al concepto de práctica educativa, Sánchez (2009: 5) señala “que no existe un concepto específico que nos acerque a un concepto universal de este término, ya lo señala Wilfred Carr: no conozco ninguna publicación sobre filosofía de la educación que se ocupe explícitamente del concepto de práctica educativa”, No es una palabra que se encuentre en el diccionario y aparezca una definición como tal”. En función de esta dificultad expresa que para una mayor precisión conceptual del concepto de práctica educativa es necesario conceptualizar el significado de los términos de práctica y educación.

Según esta autora si bien la palabra práctica implica los conocimientos que enseñan el modo de hacer algo, en el campo de la educación su significado es mucho más amplio, pues se lo utiliza de diferente forma, no sólo es enseñar a hacer algo, sino que engloba un conjunto de acciones, entendiéndose por acciones intencionadas y observables que llevan a una determina meta que alcanzar.

Las acciones que forman la práctica son intencionadas y observables, no son inconscientes o instintivas y, por lo tanto, conduce a un determinado propósito. Por otro lado, señala que “la educación es un proceso de formación que se desarrolla en un momento histórico y se sitúa en un contexto social, por lo tanto es un proceso socializador que se inicia desde el nacimiento y termina cuando el individuo muere, intervienen en él una infinidad de factores que contribuyen para que se lleve de tal o cual forma, e implica los conocimientos, normas de conducta, valores, modos de ser y formas de ver el mundo tanto en el presente como en el pasado y este proceso será determinante en la forma de ver el futuro, de cada individuo. Dentro del proceso de educación interviene el contexto en el que se desenvuelven los individuos, las familias, las escuelas y las creencias ya que el medio físico y social en el que se desarrolla el proceso educativo son elementos decisivos en el desarrollo del proceso enseñanza/aprendizaje”.

A partir de estas reflexiones teóricas, Sánchez (2009) entiende a la práctica educativa como “un proceso que está en constante movimiento, una forma de vida donde existe interacción entre los sujetos y un continuo aprendizaje recíproco por parte de éstos en un momento histórico social y que conlleva una serie de acciones intencionadas que se ven reflejadas más allá del aula y la institución, van orientados hacia un cambio, a una transformación o a dar una continuidad o un seguimiento a los patrones establecidos en ese momento histórico”.

También señala que existen varios elementos que conforman la práctica educativa entre los cuales menciona el contexto de la práctica que considera lo social, cultural e histórico; la subjetividad de los participantes, el contenido o programa, el modelo como se presentan los contenidos y las características del proceso enseñanza/aprendizaje. En función de estas consideraciones teóricas es válido señalar que la práctica educativa engloba varias dimensiones de carácter individual, social, institucional y contextual.

(Muñoz, 2003: 203), señala que las prácticas hacen referencia a determinadas “formas de actuar o de comportamiento que habitualmente asumen las personas”. Según esta conceptualización las prácticas vinculadas a los comportamientos son resultado de los conocimientos y las actitudes y en tal sentido

una persona asume diferentes prácticas en diversos contextos; es el caso de las prácticas sociales que se vinculan a la interacción social que se da en ámbitos cotidianos como ser la familia y los amigos, las prácticas culturales que se relacionan con el desarrollo de ciertas costumbres, tradiciones y creencias y las prácticas educativas que se relacionan con el ámbito de la educación y el proceso enseñanza/aprendizaje.

En la perspectiva de esta autor se entiende por práctica social a un modo repetido de realizar cierta actividad, el cual es compartido por todos los integrantes de una determinada comunidad, dichas prácticas o pautas de comportamiento son socialmente aceptadas por una sociedad específica, pero pueden resultar inapropiadas para otras, situación que estaría determinada por las características de la cultura. A partir de este significado básico, se entiende por práctica educativa a una actividad deliberada que persigue fines explícitos vinculados al proceso enseñanza/aprendizaje, al tener propósitos claros es necesario hablar de una forma de comportamiento sistematizada donde interviene un nivel de reflexión o de análisis.

Gómez (2008), señala que “la práctica educativa es una actividad compleja que está determinada por una multiplicidad de factores, entre ellos, las características de la institución, las experiencias previas de los alumnos y los profesores, así como la capacitación que han recibido estos últimos”. Este autor señala que existen dos formas de entender a la práctica educativa, una de forma general y la otra de manera complementaria. De modo general, se entiende a la práctica “como cualquier forma coherente y compleja de actividad humana cooperativa, establecida socialmente, a través de la cual se logran bienes internos a esa forma de actividad” y de manera más particular o complementaria se entiende a la práctica educativa como “aquella acción dirigida no a producir algo sino a desarrollar y ejercitar las virtudes del grupo al cual pertenecen los profesores y los estudiantes, es una empresa moral no es una técnica”.

Según Gómez, tomando en cuenta la labor docente en el proceso enseñanza/aprendiza, los factores determinantes de la práctica educativa son básicamente las teorías pedagógicas, la experiencia docente, la naturaleza de la disciplina, el conocimiento pedagógico y las teorías implícitas de los docentes

En función de las reflexiones teóricas y metodológicas de estos autores señalar que en el contexto de la presente investigación se va entender a la práctica educativa como “el modo habitual de hacer algo de manera intencionada y observable en el estudiante universitario con el afán de satisfacer una necesidad o solucionar un problema en el marco del proceso enseñanza/aprendizaje”

4.2. Acceso y uso del Facebook

El Facebook es más que un sitio Web y más que un recurso digital se constituye en un fenómeno mundial que ha modificado la forma de utilizar las redes sociales y la red Internet. Si una persona quiere tener acceso a la red social Facebook debe realizar una serie de pasos. En primer lugar, debe registrarse con sus datos personales y proporcionar una dirección de correo electrónico con la que puede acceder a su cuenta, una vez que se halle habilitada. Aceptada la solicitud puede publicar cierta información personal en su “perfil”, el mismo que se constituye en su espacio virtual personalizado que se encuentra en la red social. Posteriormente, puede subir en su “muro” fotografías, videos u otro tipo de archivos digitales que se desea mostrar, compartir o comentar. El contenido del perfil y el muro puede publicarse solamente para “amigos”, “amigos de mis amigos” o para “todos” los usuarios de la red social.

En relación al ámbito universitario, en particular la Universidad Mayor de San Andrés, el Lic. Carlos Murillo, Jefe de la División de Redes y Sistemas de Información señala que “de lunes a viernes al menos 2.000 universitarios se conectan a la red de wifi e ingresan, por lo general, a su página social Facebook”. Asimismo, esta autoridad expresa “lamentablemente, lo que más usa el universitario son las redes sociales, ya que en primer lugar está el Facebook y, en segundo, las aplicaciones de Google. En tercer lugar se encuentran los servicios universitarios, en cuarto, el portal UMSA, luego los sistemas de bibliotecas y el sexto es el correo institucional.”⁶²

En el contexto de la investigación se ha constatado que prácticamente todos los jóvenes universitarios están en el Facebook. Se considera que este dato debe ser tomado en cuenta por autoridades y docentes de la universidad y la propia carrera para ver la posibilidad de desarrollar a través de este recurso digital algunas acciones dirigidas a mejorar el proceso enseñanza/aprendizaje. Si bien la totalidad de los encuestados son usuarios del Facebook se sabe también que muchos de ellos tienen más de una cuenta en el Facebook, generalmente uno para los amigos y otro para los familiares en particular para los padres. Es más en algunos casos se sabe que tienen tres: para los amigos, la familia y la pareja bajo el pretexto de la privacidad e intimidad

Cuadro N° 31
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR NUMERO DE CUENTAS

Cuentas de Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Una	23	76.7	23	76.7
Dos	6	20.0	2	6.7
Tres	1	3.3	5	16.7
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con relación al tiempo en el cual han abierto su cuenta se observa que la gran mayoría de los jóvenes universitarios que aproximadamente alcanza al 85% tiene por lo menos una cuenta con una antigüedad de cuatro años. A partir de este dato se deduce que la mayoría de ellos ha abierto su cuenta de Facebook en los últimos años de colegio y que solo el 15% ha abierto su cuenta a partir de su ingreso a la universidad.

Cuadro N° 32
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR TIEMPO DE LA CUENTA

Tiempo de la cuenta	Hombres	%	Mujeres	%
Un año	2	6.7	0	0.0
Dos Años	1	3.3	0	0.0
Tres años	2	6.7	5	16.7
Cuatro años	8	26.7	3	10.0
Cinco años	4	13.3	15	50.0
Más de cinco años	13	43.3	7	23.3
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con el afán de profundizar este dato la información testimonial también revela que la mayoría de los jóvenes universitarios ha abierto su cuenta de Facebook en la “pre/promo” o “promo” y aquellos que hasta ese momento no disponían de una cuenta se vieron “casi obligados” al ingresar a la universidad

⁶² Extra, 21.05.15.

en particular a los cursos preuniversitarios. Ellos señalan que la Dirección de este curso había instruido que cuenten con un correo electrónico y paralelamente con una cuenta Facebook con el propósito de inscribirse y acceder a información vinculada al desarrollo del curso en términos de horarios y ciertos eventos académicos.

“...yo cuento con una sola cuenta en Facebook que la empecé a conocer y utilizar desde cuando yo estaba en la promoción del colegio. El motivo por el cual decidí abrir una cuenta fue por la influencia de mis compañeras de curso, ya que por ese entonces la mayor parte de mí curso y mis amigas de la zona tenían una cuenta en el Facebook y para no ser la excepción tuve nomás que abrir mí cuenta, pues ya no podía negarme y la insistencia era grande. Al principio no sabía bien de que se trataba lo único que sabía era que servía para tener muchos amigos conocidos o desconocidos. Luego de salir del colegio ya en los “pre”, si o si tenías que tener una cuenta y desde ahí he aprendido muchas cosas más, como subir fotos, enviar mensajes y conectarme con los otros compañeros para saber horarios y docentes, para ver la publicación de las notas y recién me he dado cuenta que es muy útil en la vida universitaria...”

(Joven universitaria)

4.2.1. Frecuencia de uso del Facebook

El tema de la adicción es controversial y discutible en vista de que puede englobar ciertos aspectos positivos y negativos. Uno puede ser adicto a la lectura, el chocolate, la coca cola, al trabajo, al Internet o las redes sociales, etc., lo que necesariamente no es “bueno” o “malo”. Al respecto, es necesario tener en cuenta que cualquier “cosa” en exceso es casi siempre mala y se considera que el uso del Facebook no es la excepción. Algunos especialistas señalan que las redes sociales tienen un uso excesivo, exagerado y extremo por parte de algunos de sus usuarios, principalmente varones. Debido a ello, no es casual que subrayen que las redes sociales por su “uso abusivo” es uno de los “mayores peligros” para los jóvenes (Echeverría, 2009).

A través de la información testimonial se sabe que si bien en muchos usuarios del Facebook existen ciertos niveles de “adicción moderada” es también posible percibir que en algunos de ellos existe una suerte de “adicción extrema” a tal punto que sus vidas giran en torno a esta red social. Se podría afirmar que para los usuarios de adicción extrema la red social Facebook se ha convertido en algo transcendental en su vida cotidiana.

Por diferentes factores resulta difícil establecer objetivamente el tiempo de uso del Facebook en términos de minutos, horas, días o semanas, es decir, determinar el “tiempo real” que el usuario se conecta a esta red social. Con el afán de superar en parte esta dificultad se ha interrogado a los jóvenes universitarios por la frecuencia de uso del Facebook, los resultados informan que la gran mayoría de ellos, más del 85% está conectado “casi siempre” y “siempre”, siendo menor el porcentaje de aquellos que señalan que se conectan “algunas veces” o “muy pocas veces”. Si se desagrega esta información por sexo se advierte que en relación a los hombres son las jóvenes universitarias las que usan con mayor frecuencia el Facebook. Es válido manifestar que esta habitual práctica del Facebook está en función de las siguientes actividades ver su muro, actualizar su perfil, revisar sus mensajes, realizar comentarios, revisar solicitudes y ver notificaciones.

Cuadro N° 33
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR FRECUENCIA DE USO

Frecuencia uso Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Siempre	7	23.3	8	26.7
Casi siempre	18	60.0	19	63.3
Algunas veces	3	10.0	2	6.7
Muy pocas veces	2	6.7	1	3.3
Nunca	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con el afán de esclarecer aún más el tiempo de uso del Facebook en jóvenes universitarios también se ha interrogado sobre el número de horas promedio que se conectan en el transcurso de un día, los resultados informan que casi la mitad de ellos se conectan entre “una a dos horas” y la otra mitad entre “menos de una hora” y entre “tres a cuatro horas”. Si bien estos datos revelan que no prevalece un consumo exagerado es importante también considerar que algunos de los jóvenes universitarios señalan que pasan más de 6 horas en el Facebook.

Cuadro N° 34
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR USO Y TIEMPO PROMEDIO POR DÍA

Tiempo promedio de uso	Hombres	%	Mujeres	%
Menos de una hora	7	23.3	5	16.7
1 a 2 Horas	12	40.0	15	50.0
3 a 4 Horas	7	23.3	7	23.3
5 a 6 Horas	1	3.3	0	0.0
Más de 6 horas	3	10.0	3	10.0
Total	30	100	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

4.2.2. Objetivos de uso del Facebook

La mayoría de los usuarios a través del Facebook están descubriendo un “nuevo mundo” que les permite comunicarse, expresarse, divertirse e informarse a través de textos, imágenes, videos y otros recursos audiovisuales. Para la gran mayoría de los jóvenes el Facebook es una herramienta de comunicación y es a la vez es una herramienta que les permite expresarse a sí mismo. En efecto, les permite conocer nuevos “amigos” y “amigos de sus amigos”, mantener contacto con ellos y sus familiares o para reencontrarse con muchos de ellos. Pero al mismo tiempo les permite expresarse a sí mismos y hacia los demás a través de diversidad de contenidos como ser fotografías, estado de ánimo, comentarios, preferencias, gustos o frases.

Al igual que la red Internet y las otras redes sociales, el Facebook es utilizado para satisfacer no solo una necesidad sino una diversidad de necesidades sobre todos vinculadas a procesos de comunicación, información y entretenimiento. En el caso de los jóvenes universitarios se advierte que en primer lugar lo utilizan para “comunicarse o estar en contacto con sus amigos”. Luego viene la necesidad de “ver información” sobre todo relacionada a cuestiones políticas, económicas, sociales, deportivas y culturales que hacen el acontecer nacional y local. Sin embargo, a través de la información testimonial se advierte que no solo son receptores de noticias sino que en muchos casos ellos también generan noticias, captando algún hecho “sobresaliente” y/o realizar una “denuncia” a través de sus teléfonos celulares.

Cuadro N° 35
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR PRINCIPAL TIPO DE USO

Principal uso	Hombres	%	Mujeres	%
Estar en contacto con amigos	11	36.7	14	46.7
Conocer nuevos amigos	3	10.0	1	3.3
Hacer comentarios	1	3.3	0	0.0
Subir fotografías y/o videos	1	3.3	1	3.3
Ver información	7	23.3	10	33.3
Subir información	1	3.3	0	0.0
Enviar mensajes	2	6.7	0	0.0
Chatear	2	6.7	0	0.0
Mostrar emociones	0	0.0	2	6.7
Revisar los grupos	0	0.0	1	3.3
Prácticas educativas	1	3.3	1	3.3
Otra actividad	1	3.3	0	
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con el afán de tener una visión mucho más clara acerca de los motivos que inducen a los jóvenes universitarios a hacer uso del Facebook se ha interrogado sobre cuál es la segunda razón principal para conectarse a este servicio, las respuestas obtenidas informan que la tendencia es casi la misma, pues la gran mayoría informa que se conecta a este red social para “estar en contacto con los amigos” y para “ver información”. Como bien lo expresa Halpern (2015), “hoy se puede decir que los jóvenes tienen una vida “online” donde para ellos es importante interactuar con otros de forma virtual y mostrar lo que hacen por medio de fotos o información en sus perfiles”.

Cuadro N° 36
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR SECUNDARIAMENTE TIPO DE USO

Secundariamente uso	Hombres	%	Mujeres	%
Estar en contacto con amigos	9	30.0	3	10.0
Conocer nuevos amigos	0	0.0	0	0.0
Hacer comentarios	1	3.3	3	10.0
Subir fotografías y/o videos	3	10.0	5	16.7
Ver información	4	13.3	6	20.0
Subir información	2	6.7	0	0.0
Enviar mensajes	1	3.3	3	10.0
Chatear	6	20.0	5	16.7
Mostrar emociones	0	0.0	1	3.3
Revisar los grupos	2	6.7	2	6.7
Prácticas educativas	1	3.3	2	6.7
Otra actividad	1	3.3	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Al margen de los “ítems” introducidos en la boleta de encuesta a través de la información testimonial también se ha podido constatar que algunos jóvenes universitarios utilizan el Facebook para descansar o “desestresarse”, pues afirman que después de realizar tareas difíciles o muy prolongadas tienden a hacer un “descanso mental” para romper su “bloqueo mental” revisando su “Face”. Sin embargo, también se reconoce que en muchas ocasiones este descanso a través del “Face” se prolonga de manera exagerada. Al respecto, la información cualitativa informa lo siguiente:

“... a veces cuando estoy cansada utilizo el “face” como una forma de distracción, ya que en momentos de aburrimiento, tiempo libre y a veces cansancio es cuando accedo a mi cuenta y observo las novedades que publican mis amigos o compañeros con los que tengo contacto, también me comunico con algunos de ellos y a veces también los muestro mi estado de ánimo, el “face” te saca del stress y a veces es bueno pero si te pasas, ya estas horas y horas y descuidas tus tareas, por eso es bueno como un descanso, utilizarlos solamente un rato...”

(Joven universitaria)

4.2.3. Comunicación con el Facebook

Frente a la constatación de que el Facebook se constituye en un importante medio de comunicación en los jóvenes universitarios interesa saber con quienes se comunican. En correspondencia con los datos obtenidos en relación a las “razones de uso” se advierte que alrededor del 75% de los jóvenes universitarios, tanto hombres como mujeres, utiliza el Facebook para “comunicarse con los amigos” y luego con los “compañeros de la universidad”

Cuadro N° 39
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR MAYOR COMUNICACIÓN

Principalmente	Hombres	%	Mujeres	%
Familiares	2	6.7	3	10.0
Amigos	21	70.0	20	66.7
Compañeros universidad	4	13.3	7	23.3
Compañeros del trabajo	0	0.0	0	0.0
Docentes	0	0.0	0	0.0
Pareja	2	6.7	0	0.0
Otros	1	3.3	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con el propósito de profundizar más este punto también se ha interrogado ¿Con quién principalmente te comunicas en una segunda instancia? Se advierte que la tendencia anterior se invierte, pues aproximadamente la mitad de los jóvenes universitarios señala “los compañeros de la universidad” y luego “amigos” y “familiares”

Cuadro N° 40
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR POSTERIOR COMUNICACIÓN

Secundariamente	Hombres	%	Mujeres	%
Familiares	6	20.0	7	23.3
Amigos	8	26.7	6	20.0
Compañeros universidad	16	53.3	12	40.0
Compañeros del trabajo	0	0.0	0	0.0
Docentes	0	0.0	2	6.7
Pareja	0	0.0	2	6.7
Otros	0	0.0	1	3.3
Total	30		30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

4.2.4. Conocimiento y aprendizaje del Facebook

A diferencia del manejo de la “computadora”, no existen centros especializados donde uno pueda aprender el manejo eficiente y eficaz de las redes sociales en particular el Facebook. Esta realidad conduce a deducir que su acceso y uso está en función de los niveles de conocimiento y de ciertas habilidades adquiridas. Con relación a estos dos puntos se sabe que la mayoría de los jóvenes universitarios usuarios del Facebook reconoce que tiene un nivel de conocimiento “bueno” y muy bueno” en relación al manejo de esta red social son pocos los que afirman que su conocimiento es “regular” e inclusive “malo”.

Cuadro N° 37
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR CONOCIMIENTO DE USO

Conocimiento Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Muy buena	4	13.3	5	16.7
Buena	22	73.3	18	60.0
Regular	3	10.0	7	23.3
Mala	1	3.3	0	0.0
Muy mala	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Frente a esta realidad sería de suma importancia contar con docentes que sepan y enseñen a manejar adecuadamente esta herramienta a los estudiantes. Sin embargo, se considera que efectivizar este deseo enfrenta serias dificultades en vista de que la mayoría de los docentes no se hallan capacitados y entrenados para utilizar de manera eficaz y eficiente ni siquiera la red Internet, son pocas las excepciones. Por ello, no es posible hablar de una “revolución tecnológica en las aulas” como sucede en otros países.

Las NTICs, el Internet, las redes sociales y el Facebook han generado la denominada cultura digital, es decir, un entorno sociocultural donde prevalece el procesamiento automático y digital, desenvolverse en este mundo digital necesariamente requiere de ciertos conocimientos, habilidades y destrezas tecnológicas o lo que se llama “competencia informacional. E pesar de que son muchas las personas que acceden y consumos estos productos digitales no siempre se tienen dicha competencia para optimizar sus características y funciones. Como en el caso del internet, el uso del Facebook plantea al “usuario novato”, interrogantes tales como: ¿Qué es el Facebook?, ¿Cómo creo mi cuenta?, ¿Qué es el muro?, ¿Qué pongo en mí perfil?, ¿Cómo me muestro a los demás?, ¿Qué quiero que sepan de mí?, ¿Quiénes ven esta información?, ¿Quiénes quiero que vean esta información?, ¿A quién mando mensajes y cómo?, ¿Cómo subo fotos, datos y videos? y ¿Dónde aprendo todo estos?. A diferencia del Internet y de otros recursos digitales no existen personas especializadas, cursos, institutos u otros centros de enseñanza donde se puede acudir para responder, entre otras, a estas interrogantes. En tal sentido, se advierte que no existe una formación especial en el uso del Facebook sino que prevalece un uso cotidiano y habitual que es resultado de un conocimiento empírico.

Como sucede con la red Internet el aprendizaje del uso del Facebook no tiene un origen especializado y sistemático sino que está basado en la experiencia personal o la transmitida por otras personas, casi el 90% de los encuestados afirma que ha aprendido a manejar el Facebook, “solo” o a través de “amigos” y en el caso de algunas jóvenes universitarias mediante sus “hermanos”.

Cuadro N° 38
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR APRENDIZAJE DE USO

Aprendizaje uso Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Solo	13	43.3	15	50.0
Amigos	12	40.0	9	30.0
Compañeros	1	3.3	1	3.3
Hermanos	1	3.3	3	10.0
Colegio	1	3.3	0	0.0
Instituto	1	3.3	0	0.0
Universidad	0	0.0	0	0.0
Familiares	0	0.0	0	0.0
Otros	1	3.3	2	6.7
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Se considera que las habilidades más importantes para entender las redes sociales y en particular el Facebook no tienen que ver con conocimientos vinculados a la informática, sistemas, ciencias afines o la capacitación técnica, sino básicamente con la observación y la capacidad de la memoria. La observación para saber distinguir las distintas aplicaciones y memoria para retener las mismas en el pensamiento o la mente. A través de los datos testimoniales obtenidos se conoce que para la mayoría de los jóvenes universitario el Facebook se presenta como una herramienta digital, de fácil acceso y uso, pues resulta sencilla y accesible para ellos sin la necesidad de ciertos conocimientos especializados. Al respecto, Pinto (2010) señala uno de los beneficios evidentes de estas nuevas aplicaciones web, de uso libre responde al principio de no requerir del usuario de un conocimiento o una experiencia avanzada. Al respecto, la información testimonial apoya esta visión de que los jóvenes universitarios aprenden el uso del Facebook solos y en base a la práctica y la experiencia.

“...Al principio no conocía bien lo que es el Facebook solo buscaba amigos y chateaba con ellos, era todo lo que sabía, pero después mirando a mis amigos y amigas fue aprendiendo otras cosas como ser subir fotos, publicar documentos, etiquetar noticias a mis amigos, rechazar solicitudes, conformar grupos subir imágenes desde mi computadora o desde una cámara fotográfica, ahora se más o menos manejar bien el “face” pero eso después que he abierto mi cuenta, ahora casi cada día salen nuevas aplicaciones en el “face” y tienen que aprender solo, sino le dices a tus amigos como se hace esto, al día tienen que estar...”

(Joven universitario)

4.2.5. Ventajas y desventajas del uso del Facebook

La denominada cultura digital signada por la expansión de las NTICs está estableciendo y desarrollando nuevos modelos de comunicación e información que han transformado y vienen modificando la forma de comunicarse entre el emisor y el receptor, entre padre e hijos, entre docentes y estudiantes, entre vendedores y compradores, entre instituciones y ciudadanos y entre amigos y compañeros de trabajo y/o estudios. Al interior de esta cultura digital, la red social Facebook como parte integrante de las NTICs también está modificando las tradicionales formas de comunicación e información, en particular de los jóvenes en los diferentes espacios de socialización como ser la escuela, el colegio, la universidad, el trabajo, el grupo, la calle y la familia. Como toda nueva innovación tecnológica que provoca importantes transformaciones en la sociedad el Facebook está

generando emociones y sentimientos encontrados de fascinación y desencanto, adhesión y rechazo, entusiasmo e indiferencia. En otras palabras, la red social Facebook como todo hecho novedoso tiene sus defensores y detractores.

En el marco de los primeros, se dice que el uso de las redes sociales en particular el Facebook ha adquirido tal importancia que ha llegado a contribuir a la conformación de una identidad del usuario frente a los demás y ante uno mismo, vinculación que no necesariamente es negativa, pues muchos jóvenes universitarios al configurar de manera creativa su “perfil” también van configurando su identidad digital con el afán de tomar distancias de la visión adultista, paternalista, etnocentrista y de las jerarquías establecidas.

En muchos de los jóvenes usuarios se advierte una suerte de necesidad sentida para estar conectados e interactuar constantemente con sus conocidos a través de mensajes de texto y/o imágenes. Es decir, existe la “ansiedad” por saber si sus “amigos” o “conocidos” responden o no a lo que comparten en su “muro”. Sin embargo, esta realidad no necesariamente es mala al contrario muchas veces es positiva debido a que les posibilita expresar su descontento, sus necesidades y sus aspiraciones y no solamente eso sino que también les permite realizar acciones concretas a través de la participación y la movilización social. En tal sentido, se sostiene que los jóvenes a través del Facebook se han vuelto atrevidos, impetuosos, independientes, seguros y con una autoestima elevada y con una gran capacidad para organizarse en función de determinados objetivos (Mamani, J. Gutiérrez, F. y Vaca, H., 2014).

Por otro lado, manifestar que se sabe que por naturaleza existen personas aisladas, es decir, introvertidas que no son tan sociales en su vida cotidiana. Al respecto, de acuerdo a la información obtenida se ha constatado que para muchas de estas personas las redes sociales se han convertido en una “gran oportunidad” para socializarse con cierto público. Es más aún señalar que la adscripción a determina “comunidad virtual” resulta ser una suerte de ayuda para salir de este su “asilamiento” ya que con la auxilio de las redes sociales existe mayor facilidad para mantener relaciones sociales en su entorno.

Vinculado los detractores se dice que entre los principales problemas que provoca el uso de las redes sociales se menciona a la adicción, la identidad ficticia, el trastorno en la personalidad, el aislamiento social, la automedicación digital y la vida sedentaria. Asimismo, se identifica problemas tales como la pretensión de protagonismo, la voluntad de aprovecharse de los demás, los insultos y agresiones, la discriminación y las reacciones agresivas, la trata y tráfico de personas, la explotación sexual comercial y el acoso sexual.

En relación a la adicción señalar que existen dos visiones diferentes una positiva y la otra negativa. La primera expresa que no toda adicción es necesariamente mala, es más aún que en ciertas ocasiones resulta ser buena como por ejemplo la adicción a la puntualidad, la lectura, la limpieza, entre otras adiciones positivas. En cambio, la segunda desde una perspectiva bastante negativa compara la adicción a las redes sociales con la adicción a las drogas y/o el alcohol. Es más se dice que esta adicción es tan fuerte que algunos usuarios prefieren dejar el chocolate, el alcohol y/o las drogas a dejar temporal o definitivamente sus teléfonos celulares y, por supuesto, del uso de las redes sociales y del Facebook.

Al respecto, la información testimonial revela que algunos jóvenes universitarios mencionan que tienen compañeros adictos al Facebook, pues pasan casi todo el día en el “face” y difícilmente pueden dejar de chatear y de navegar por las redes sociales, “andan metidos con sus celulares en los hogares, la movilidad, las calles, las aulas y hasta en las clases”. Se dice que ellos mismos reconocen “que estar

en el face es como un vicio y no se imaginan pasar un día sin su celular y su conexión al “face”. A pesar de esta realidad también se advierte que son varios los jóvenes universitarios que afirman ser capaces de estar un prolongado tiempo sin su celular y sin entrar a su “face” pero sí reconocen que ambos sus importantes en su vida cotidiana y académica.

En una posición intermedia, algunos especialistas desde una perspectiva optimista y positiva señalan que las redes sociales han contribuido a mejorar en las personas sus formas de esparcimiento, comunicación e información, pero no necesariamente las hace más felices y satisfechas. Es más aún sostienen que las redes sociales tendrían una incidencia negativa en la felicidad y la satisfacción. Estas puntualizaciones tienen cierto asidero empírico si se considera que la mayoría de los jóvenes considera a las redes sociales como sitios personales donde uno se comunica, distrae, juega, divierte y sube fotos, videos y música y a la vez deja comentarios. Asimismo, donde puede chatear, enviar y recibir correos y sobre todo conocer nuevos amigos y reencontrarse con otros que no se los veía hace tiempo a través de un seguimiento o búsqueda de sus actividades y novedades. En función de ello, se podría decir que las redes son para los jóvenes una experiencia cotidiana donde encuentran la posibilidad de informarse, comunicarse y entretenerse, al margen del tiempo y el espacio. En ellos se genera una satisfacción y alegría en función de la posibilidad de conectarse en cualquier momento con la persona que se desea hablar.

Por otro lado, señalar que el Facebook permite al usuario generar un perfil con datos personales que incluyen nombre, edad, sexo, aficiones, preferencias, formación académica y/o profesión y a la vez hace pública esta información ya que por “defecto” la accesibilidad al perfil no es únicamente para los amigos sino también para los amigos de los amigos. Esta realidad que implica implícitamente la renuncia a la intimidad puede provocar una serie de aspectos negativos y/o positivos, es decir, aspectos favorables y/o problemáticos. Al respecto, se considera que no es posible adoptar una visión negativa o contraria al uso del Facebook en vista de que la propia red social ofrece algunas aplicaciones o herramientas de protección. Así, por ejemplo, a través de la aplicación “Privacidad” se puede establecer ¿Quién puede ver mis cosas?, ¿Quién puede ponerse en contacto conmigo? y ¿Quién puede buscarme? Las repuestas a estas interrogantes tienen las siguientes opciones: “publico”, “amigos”, “amigos de mis amigos” o “solo yo”.

Se sostiene que algunas redes sociales influyen en la reproducción de una cultura patriarcal a través de la denominada violencia digital machista, esto significa que padres, enamorados, hermanos, amigos utilizan las redes sociales, principalmente el Whatsapp y el Facebook como una herramienta de vigilancia sobre todo en mujeres para saber dónde están, con quién están y qué están haciendo “las hostigan pidiéndoles pruebas, si dicen que están viendo la televisión, les piden que digan que película está dando en determinado canal, si dicen que están en el baño, les ordenan que echen agua para demostrarlo”.⁶³ Vinculado a esta cuestión de género se dice también que las redes sociales influyen negativamente en la relación de pareja impulsando negativamente a la violencia psicológica que en algunos casos adquiere mayor dramatismo pues se difunden insultos, humillaciones y amenazas con difundir fotos o imágenes privadas.

El Facebook permite tener un transcendencia masiva, pero como todo lo bueno tienen su lado malo, precisamente en este gran alcance se encuentra uno de sus mayores vulnerabilidades ya que la “viralización, propagación o difusión masiva” de imágenes, mensajes, noticias y notas falsas o verdaderas puede provocar serios daños a una persona, es más puede ocasionar su “muerte civil”.

⁶³ La Razón, 05.01.15.

También se identifica como un gran problema la falta de una política que regule y controle el uso de las redes sociales “para citar un ejemplo no se bloquea las páginas de explotación sexual comercial que están en los sitios más famosos y a los que se puede ingresar de cualquier parte”.⁶⁴En función de ello, no resulta casual que el Facebook se constituya en el principal instrumentos que los tratantes utilicen para reclutar y explotar sexualmente, particularmente a adolescentes de ambos sexos quienes por estar “al día” con esta moda no protegen sus perfiles y se exponen a una serie de peligros.⁶⁵

Algunos estudios sostienen que el cambio de la vida social por el espacio virtual a través del Facebook es uno de los mayores peligros del uso abusivo de las NTICs para los jóvenes. Asimismo, se señala que el Facebook ha convertido a los jóvenes en “informívoros”, es decir, en organismo que consumen información para existir, pues se dice que ellos procesan con gran pericia información de forma rápida, enorme y de diversas fuentes, sin reflexión previa ni posterior, solo están en el Facebook por el simple placer de navegar sin un uso consciente (Oliva, 2012).

En el marco de la investigación cuando se interroga a los jóvenes universitarios sobre cuáles son las principales ventajas del Facebook se llega a establecer que como ellos mismos señalan “lo de bueno del Face, es que puede recibir tus mensajes directamente a tú correo o a tú teléfono celular”, es decir, facilita la comunicación y la interacción con los “otros”

Cuadro N° 41
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR VENTAJAS

Ventajas de Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Facilitar la comunicación	10	33.3	18	60.0
Interactuar con otros	4	13.3	4	13.3
Crear grupos	3	10.0	0	0.0
Trabajar en grupos	3	10.0	0	0.0
Acceder a información	3	10.0	3	10.0
Conocer personas	0	0.0	1	3.3
Difundir información	5	16.7	2	6.7
Conectar con instituciones	0	0.0	0	0.0
Proporcionar esparcimiento	1	3.3	2	6.7
Otros	1	3.3	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Al interior de las desventajas los jóvenes universitarios tanto hombres como mujeres señalan de manera coincidente como la principal desventaja la llamada “adicción”. En relación a este hallazgo señalar que el tema de la adicción a las NTICs, la red Internet, las redes sociales y el Facebook es una cuestión muy debatida. Se dice que el uso exagerado de algo únicamente es anormal o patológico cuando impide el normal desarrollo de actividades básicas y cuando se es incapaz de modificar dicho uso aunque se lo proponga.

Muchos reconocen que el Facebook puede provocar ciertos niveles de adicción y que puede ser distractor al momento de realizar algunas actividades cotidianas y prácticas educativas.

⁶⁴ El Extra, 21.04.15.

⁶⁵ El Extra, 17.07.14.

Cuadro N° 42
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR DESVENTAJAS

Desventajas de Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Campañas de desprestigio	3	10.0	0	0.0
Violencia digital	7	23.3	4	13.3
Adicción	10	33.3	10	33.3
Retraimiento	0	0.0	3	10.0
Distracción	4	13.3	5	16.7
Virus	0	0.0	0	0.0
Consumo de megas	4	13.3	2	6.7
Hackeo de cuenta	0	0.0	0	0.0
Violación de la privacidad	2	6.7	6	20.0
Otros	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con el afán de esclarecer aún más el tema de la adicción también se ha interrogado a los jóvenes universitarios sobre como consideran al Facebook en su vida cotidiana y en sus diferentes espacios de socialización. Las respuestas revelan que para muchos de los jóvenes universitarios el uso del Facebook es “importante” pero no necesariamente “imprescindible”. También se advierte que en algunos de ellos el uso del Facebook es “indiferente” y “poco importante”. Vinculado a estos puntos se tienen el siguiente testimonio.

“...yo me conecto todos los días casi a todas las horas si no me conecto me siento vacío como si algo me faltara, llega a clases y más me importaba estar conectado, me doy cuenta que estoy envidiado con el “face”, en la calle, en el micro, en mi casa, en el curso ando conectado nomas, por eso cuando se ha perdido mi celular no sabía que hacer, de desesperación he ido a prestarme plata de mi tía, le he dicho que necesitaba para libros me prestado cien dólares y rápido me he comprado un celular, yo creo que no puedo pasar un día si no me conecto, para mí es ya casi una necesidad, a pesar que mis “viejos” y algunos de mis amigos me riñen, no puedo dejar de estar conectado...”

(Joven universitario)

Cuadro N° 43
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR CALIFICACIÓN O CONSIDERACIÓN

Calificación Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Imprescindible	2	6.7	4	13.3
Importante	20	66.7	11	36.7
Indiferente	6	20.0	9	30.0
Poco importante	2	6.7	5	16.7
Prescindible	0	0.0	1	3.3
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Este punto vinculado a las ventajas, desventajas y la calificación de la red social Facebook es bastante controversial, pues lo que es bueno para uno puede ser malo para otro y viceversa, todo depende del uso que se le proporciona a este recurso digital. Con el afán de brindar un mayor esclarecimiento se recurre al siguiente testimonio.

“...uno de los usos negativos que se realiza a través del Facebook es publicar videos o fotos pornográficas, imágenes que algunas veces pueden denigrar a las personas como ser insultándolas, haciéndose la burla y poner mentiras, etc. También el “subir” identidades falsas y así se puede realizar estafas, acosos, amenazas, insultos y muchas cosas más que pueden perjudicar a algunas personas. También he visto de que el “face” te puede volver adicto, pues hay compañeros que se conectan de rato en rato, pero hay otros que tienen la costumbre de ver su “face” casi a cada minuto para ver si todo está igual o que alguien le ha mandado algún mensaje y también hay otros que desde que llegan a la “U”, están revisando su “face”, hasta en las clases pasa esto y ellos ya no atienden al docente, parecer que andan perdidos. Sin embargo, a pesar de estas cosas negativas también se lo puede utilizare en cosas positivas tanto para el estudio como para el trabajo. Por ejemplo, puedes mandar trabajos, sacar información y conservar datos en tu propio “face”, también sirve para conseguir empleo o vender o comprar cosas o cuando se te pierde algo, tú puedes pedir que te lo encuentren o te lo devuelvan...”

(Joven universitaria)

4.3. NTICs y prácticas educativas

Las NTICs engloban recursos, instrumentos y procesos tecnológicos que sirven para procesar; recuperar; organizar; manejar; producir e intercambiar información. Por estas características propias algunos de estos recursos y procesos tecnológicos pueden ser utilizados en el ámbito de la educación en particular en procesos de “enseñanza/aprendizaje”. En tal sentido, indicar que es muy evidente su impacto en diferentes dimensiones de la educación en particular en el proceso educativo. A pesar de las controversias que ha provocado entre sus defensores y detractores, su implementación se ha diversificado y está presente a varias prácticas educativas como un medio para impartir y recibir educación.

Según Kinen et al (2010), en el sistema educativo, algunos recursos de las NTICs funcionan como mediadores de las interacciones que surgen en las relaciones de comunicación educativa. Estos autores citando a Anderson (2003), señalan que en el proceso enseñanza/aprendizaje existen 6 tipos de interacciones: Estudiante/Profesor; Estudiante/Estudiante; Estudiante/Contenido; Profesor/Contenido; Profesor/Profesor y Contenido/Contenido.

A pesar de lo contradictorio que pueden ser los resultados obtenidos la gran mayoría de los jóvenes universitarios reconoce que aplica alguno de los recursos de las NTICs en su formación académica. Se dice a pesar de los datos contradictorios, pues si bien casi un 12% de los encuestados señala que no utiliza algún recurso de las NTICs en prácticas educativas, la totalidad de ellos recurre al uso de la red Internet y las redes sociales.

Cuadro N° 44
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR USO DE LAS NTICs EN EDUCACIÓN

Usas NTICs en educación	Hombres	%	Mujeres	%
Si	23	76.7	25	83.3
No	4	13.3	3	10.0
No responde	3	10.0	2	6.7
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Acerca de cuál de los recursos de las NTICs principalmente utilizan los jóvenes universitarios se sabe que la gran mayoría de ellos y ellas recurren al “Internet” para desarrollo de algunas prácticas educativas. Sin embargo, habría que señalar que no se trata de prácticas educativas encaminadas a la generación de contenidos educativos propios sino más bien de recursos que permiten la recopilación y/ presentación de información se está hablando de programas informativos como ser el Word, Excel, Power Point, etc.

Cuadro N° 45
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR NTICs PRINCIPALMENTE UTILIZADAS

Principalmente	Hombres	%	Mujeres	%
Internet	17	56.7	18	60.0
Correo electrónico	0	0.0	4	13.3
Facebook	6	20.0	3	10.0
Videos educativos	0	0.0	1	3.3
Data show	2	6.7	0	0.0
Celular	3	10.0	3	10.0
Chat	0	0.0	0	0.0
Programas informáticos	2	6.7	1	3.3
Otros	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con relación a la pregunta ¿Para qué más utilizas el internet?, las respuestas revelan que como una segunda opción en el uso de los recursos de las NTICs se tiene en el caso de los hombre jóvenes universitarios al “Facebook” y en el caso de las mujeres jóvenes universitarias el “celular”

Cuadro N° 46
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR NTICs SECUNDARIAMENTE UTILIZADAS

Secundariamente	Hombres	%	Mujeres	%
Internet	6	20.0	5	16.7
Correo electrónico	1	3.3	4	13.3
Facebook	9	30.0	5	16.7
Videos educativos	1	6.7	3	10.0
Data show	1	3.3	3	10.0
Celular	6	20.0	7	23.3
Chat	1	3.3	0	0.0
Programas informáticos	4	13.3	3	10.0
Otros	0	0	0	0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con relación a la frecuencia de uso de algún recurso o medio de las NTICs en el ámbito educativo se sabe que la mayoría de los jóvenes universitarios lo utiliza “casi siempre” y “siempre”. Este dato no hace más que confirmar la importancia que tienen la aplicación de algunos de estos medios sobre todo en el proceso “enseñanza/aprendizaje”

Cuadro N° 48
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR FRECUENCIA DE USO DE NTICs

Frecuencia uso Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Siempre	5	16.7	8	26.7
Casi siempre	21	70.0	19	63.3
Algunas veces	3	10.0	2	6.7
Muy pocas veces	1	3.3	1	3.3
Nunca	0	0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

4.4. Redes sociales y prácticas educativas

Algunos recursos y medios de las NTICs se constituyen en factores de gran influencia en el desarrollo de la sociedad y su incidencia en la educación es tal que en muchos casos se convierten en una contribución valiosa en el proceso enseñanza/aprendizaje. Sin embargo, señalar que todos estos recursos y medios no tienen el mismo impacto en el ámbito de la educación sino que la forma o la modalidad como se realiza su implementación y uso es la que determina que mejore o no el proceso de enseñanza/aprendizaje, es decir, las NTICs, las redes sociales y el Facebook son tan solo recursos que pueden o no optimizar la educación, no se constituye en sí mismos como un objetivo educativo, se vuelve a recalcar son únicamente medios o herramientas.

Las redes sociales son entendidas como una herramienta tecnológica que permite a un usuario crear en la red Internet un perfil de datos sobre sí mismo y compartirlos con otros usuarios a través de grupos, etiquetas, mensajes, videos y otras aplicaciones. Asimismo, se constituyen en recursos tecnológicos que ofrecen la posibilidad de compartir de diferentes maneras y en diferentes tiempos conocimientos y experiencias.

Las redes sociales se han convertido en una experiencia cotidiana sobre todos en los más jóvenes quienes encuentran en este servicio la posibilidad de convivir y comunicarse con sus pares y además hacen de este espacio virtual en un “lugar” donde juegan, se divierten, suben fotos, videos, mensajes, música y dejan sus comentarios en vista de que pueden jugar, chatear e intercambiar información sobre ciertas dificultades, expectativa, necesidades e inquietudes implícitamente se convierte en un espacio privilegiado para el aprendizaje. En tal sentido, se considera que para muchos jóvenes las redes sociales no son solamente puntos de diversión sino que también en muchos casos son utilizados con fines educativos, pues es ya lugar común ver que realicen tareas y proporcionen avisos por medio de las redes sociales. En efecto, el uso de las redes sociales se está constituyendo en el desarrollo de algunas prácticas educativas un medio muy importante. Como bien lo señalan algunos especialistas el uso de las redes sociales en la educación universitaria puede permitir introducir nuevas formas de participación en conferencias, debates, cursos, seminarios y a la vez poder conformar comunidades de estudiantes. De este modo se puede constituir en un canal que la universidad puede aprovechar para contactar con públicos específicos y optimizar la eficiencia y eficacia de los mensajes.

Las redes sociales en el campo de la educación pueden permitir generar comunidades de aprendizaje a partir de las siguientes acciones:

- Asegurar la alfabetización digital
- Superar la brecha digital
- Promover el aprendizaje dentro y fuera del aula.
- Favorecer la comunicación e información
- Buscar, seleccionar y sistematizar la información
- Desarrollar un pensamiento creativo, crítico y autónomo.

La gran mayoría de los jóvenes universitarios tanto hombre como mujeres señala que utilizan las redes sociales en ciertas prácticas educativas aunque no necesariamente estas prácticas estén vinculadas a nuevas metodologías de “enseñanza/aprendizaje” o “plataformas virtuales” con sentido pedagógico

Cuadro N° 49
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR USO DE REDES SOCIALES EN PRACTICAS EDUCATIVAS

Uso prácticas educativas	Hombres	%	Mujeres	%
Si	28	93.3	27	90.0
No	2	6.7	3	10.0
No responde	0	0.0	0.0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

De acuerdo a la información cuantitativa obtenida se sabe que la gran mayoría de los jóvenes universitarios utiliza el Facebook principalmente para “acceder a cierta información”, siendo esta práctica más habitual en las mujeres en relación a los hombres. Al respecto, señalar que los jóvenes universitarios acceden a través del Facebook a diferentes tipos de información la misma que puede ser deportiva, política, económica, social o cultural. Asimismo, local, nacional o local. En función de estas consideraciones señalar que en esta parte de la boleta de encuesta se ha interrogado sobre todo lo vinculado únicamente a lo educativo. En tal sentido, todas estas variables están relacionadas solo al campo educativo universitario. Así, por ejemplo, cuando se habla de divulgar y acceder a información, publicar mensajes o planificar eventos implícitamente se hace referencia a ciertas prácticas educativas. A partir de estas consideraciones señalar que el uso del Facebook en el acceso a la información se ha constituido en una herramienta bastante importante en los jóvenes universitarios pues a través de este medio se enteran sobre todo acerca del desenvolvimiento académico en términos de asignación de docentes, horarios, cambios de paralelos, aspiraciones, quejas y denuncias. Con el afán de respaldar y profundizar la información cuantitativa con datos cualitativos se tiene el siguiente testimonio.

Como una otra práctica educativa muy importante que desarrollan los jóvenes universitarios a través del Facebook es la de “conformar grupos”.

Cuadro N° 50
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR PRINCIPAL TIPO DE PRACTICA EDUCATIVA

Principalmente	Hombres	%	Mujeres	%
Divulgar información	2	6.7	3	10.0
Acceder a información	11	36.7	15	50.0
Conformar grupos	7	23.3	4	13.3
Generar contenidos	0	0.0	0	0.0
Publicar mensajes	4	13.3	0	0.0
Planificar eventos	2	6.7	2	6.7
Acceder a los grupos	1	3.3	1	3.3
Interactuar con compañeros	2	6.7	4	13.3
Interactuar con los docentes	0	0.0	1	3.3
Otros	1	3.3	0	0.0
Total	30	100.0		100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

En una segunda instancia u opción las principales prácticas educativas que realizan los jóvenes universitarios a través del Facebook están vinculadas en el caso de los hombres a la “publicación de mensajes” y la “divulgación de información y la “planificación de eventos”. En el caso, de las mujeres a “interactuar con los compañeros” y “divulgar información” y “conformar grupos”

Cuadro N° 51
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR SECUNDARIAMENTE TIPO DE PRACTICA EDUCATIVA

Secundariamente	Hombres	%	Mujeres	%
Divulgar información	4	13.3	6	20.0
Acceder a información	2	6.7	3	10.0
Conformar grupos	2	6.7	6	20.0
Generar contenidos	2	6.7	2	6.7
Publicar mensajes	5	16.7	0	0.0
Planificar eventos	4	13.3	1	3.3
Acceder a los grupos	1	3.3	2	6.7
Interactuar con compañeros	7	23.3	9	30.0
Interactuar con los docentes	2	6.6	1	3.3
Otros	1	3.3	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Con relación a la frecuencia de uso del Facebook en ciertas prácticas educativa se ha constatado que la gran mayoría de los jóvenes universitarios utilizan este recurso “casi siempre” y en menor cantidad “algunas veces” y “siempre”, siendo pocos los jóvenes universitarios que señalan que utilizan este recurso “muy pocas veces”, Desagregando este información por la variable sexo se comprueba que el uso del Facebook en ciertas prácticas educativas es más habitual en los hombres en relación a las mujeres. Como bien lo expresa Halpern (2015), “Lo interesante de este fenómeno no es sólo su alto nivel de penetración, sino que también su uso sea constante y durante periodos prolongados, lo que implica que aquellos universitarios que no participan en una red social se sienten excluidos o que simplemente se están perdiendo algo en su vida”.

Cuadro N° 52
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR FRECUENCIA USO EN PRACTICAS EDUCATIVAS

Frecuencia uso Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Siempre	3	10.0	6	20.0
Casi siempre	20	66.7	17	56.7
Algunas veces	6	20.0	6	20.0
Muy pocas veces	1	3.3	1	3.3
Nunca	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Si bien la mayoría de los jóvenes universitarios reconoce que utiliza el Facebook en ciertas prácticas educativas solamente la mitad de ellos señala que este recurso cumple un papel “importante” en el proceso “enseñanza/aprendizaje”. El resto tiene una opinión que va desde considerar al Facebook en el campo educativo como “muy importante”, transitando por la noción de “poco importante” hasta el convencimiento de que no tiene “ninguna influencia”.

Cuadro N° 53
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR CALIFICACIÓN EN LA ENSEÑANZA/APRENDIZAJE

Calificación Facebook	Hombres	%	Mujeres	%
Muy importante	1	3.3	1	3.3
Importante	16	53.3	15	50.0
No influye	10	33.3	6	20.0
Poco importante	3	10.3	8	26.7
Nada importante	0	0.0	0	0.0
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

Bajo este contexto de calificación del Facebook es bueno interrogarse por cuales son las ventajas y desventajas que tienen el Facebook en relación a ciertas prácticas educativas y a la vez si los jóvenes universitarios conocen y están conscientes del desarrollo de dichas ventajas y desventajas. Para ello, se recurre a la información testimonial que señala lo siguiente:

“...yo creo que el Facebook tienen cosas buenas y cosas malas y todo depende como se lo utilice. Entre las cosas buenas puedo señalar que es un servicio gratuito, a través de tu Facebook puedes acceder a un monto de información incluso libros gratis con los cuales pueden tener más conocimiento, también resulta más económico para enviar mensajes y trabajos a los demás compañeros, además sin interesar el tiempo y el espacios podemos comunicarnos con ellos y enviarles información sobre trabajos, temas o bibliografía, ya que nuestros compañeros pueden ver lo que se les envía a la hora que quieren o pueden y en cualquier lugar sin la necesidad de encontrarnos. Pero el Facebook también tienen cosas malas como ser la dependencia y la costumbre que querer estar siempre conectado y a veces descuidamos nuestros trabajo o restamos horas de estudio, además también genera problema de concentración cuando se están realizando labores académicas, cuando siempre se estás activo ya que los otros compañeros o amigos empiezan a enviarte mensajes para poder chatear y de esta manera tú te distraes o te descuidas de lo que estás haciendo o sino cuando estás en tu “face” a parecen nuevos

juegos y otras nuevas formas de entretenimiento que te pueden volver adictivo, pues te pasas largas horas jugando o revisando cosas de farándula o deportivas, miras un montón de videos y a veces los descargas. Una vez tenía que estudiar y me propuse revisar unos cinco minutitos el “face”, pero me pase viéndolo casi seis horas, perdiendo valioso tiempo en vez de estudiar me distraje...”

(Joven universitario)

De acuerdo a este testimonio se percibe que el Facebook es una ventana al conocimiento, pues algunos jóvenes universitarios lo utilizan para hacer sus tareas y completar sus trabajos de investigación, pero también acceden a este dispositivo para jugar y entretenerse. Cuando este dispositivo digital es utilizado sin supervisión ni control, sus ventajas se convierten en un riesgo o en desventajas que lejos de favorecer el desarrollo de ciertas prácticas educativas las obstaculiza.

4.5. Facebook y prácticas educativas

El Facebook es utilizado como un medio que posibilita a los jóvenes universitarios conectarse con otras personas y a la vez adherirse a determinados grupos. Pero al margen de ambas realidades algunos jóvenes universitarios utilizan el Facebook como una herramienta educativa que les sirve para buscar, conseguir y extraer cierta información. Asimismo, difundir, conocer, conseguir, organizar y desarrollar algunas prácticas educativas. También para planificar y organizar eventos y conformar grupos virtuales. Al respecto, Gálvez y Calderón (2012: 57), expresan “que si bien los jóvenes utilizan a la red Internet como recurso educativo y como recurso de creación de redes sociales es también muy posible que en algunos casos los jóvenes también aprovechen el Facebook vinculando ambos aspectos, debido a ello no resultaría casual la información de que el Facebook es el segundo sitio más visitado después de Google”

El ámbito educativo y en particular universitario no es ajeno al uso del Facebook tanto docentes como estudiantes a través de este dispositivo pueden y a veces generan ciertas relaciones y prácticas educativas. Así, algunos eventos educativos pueden dar lugar al desarrollo de cursos, tutorías, grupos de trabajo e investigación. Con relación a este punto un reciente estudio realizado sobre el papel y el impacto social del Facebook en la educación demostró que “una gran parte de los jóvenes estudiantes utilizan las redes sociales en su vida cotidiana y también, naturalmente, los usan en sus tareas escolares; la informática social proporciona nuevas formas de desarrollar las oportunidades de aprendizaje y la enseñanza y ofrece autonomía de aprendizaje permanente”. Sin embargo, es necesario puntualizar que el Facebook al constituirse en un recurso tecnológico que facilita la comunicación y el intercambio de información presenta una cualidad básicamente social y no se constituye en un recurso educativo como tal, pero sí puede ser utilizado como una herramienta que intervenga en el proceso educativos en términos de enseñanza/aprendizaje. De hecho el Facebook no solo sirve para comunicarse con otras personas sino también para informarse e incluso para recibir y proporcionar tareas educativas.

Se advierte que los jóvenes universitarios utilizan más el Facebook en prácticas sociales y no tanto en prácticas educativas. En efecto, utilizan más el Facebook para ampliar sus redes sociales y no para compartir información especializada y generar conocimientos o contenidos propios. Esto implica que el Facebook en jóvenes universitarios de la Carrera de Comunicación Social presenta un mayor valor informativo que educativo.

La práctica educativa se desarrolla en un contexto específico, particular y único. Este contexto, no es solo el escenario de dicha práctica, sino que también condiciona el modo en que se desarrolla la práctica educativa. Debido a ello, la universidad, la facultad, la carrera y de modo muy particular el aula donde se desarrolla una clase se constituye un lugar de encuentro que implica la producción y reproducción de relaciones sociales y en esta relación entre personas, es decir, en la intersubjetividad se desarrollan determinadas prácticas en este caso educativas. Como bien lo expresa, Kinen et al (2010: 193), “se trata de un proceso interno y externo al sujeto, que transita sobre el mundo interior y el mundo social, entre el adentro y el afuera; y del que puede surgir una nueva creación: un conocimiento sobre sí mismo desde y a través del otro, de los otros”.

En función de estas puntualizaciones expresar que este escenario o contexto se va modificando constantemente por la presencia de diferentes elementos en este caso vinculados a la tecnología y continuarán cambiando no según cambien dichos elementos sino en función de la forma en que se los utiliza. Como bien lo expresan algunos especialistas cada innovación tecnológica tiene a crear un nuevo contexto circundante y a la vez propicia nuevas prácticas sociales y nuevas formas de comunicarse. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que no es la red Internet, las redes sociales, los teléfonos celulares o el Facebook los que determinan el cambio en el contexto sino los usos que se les da a estos elementos en ese determinado contexto (Kinel et al, 2010)

En la línea de explicación de Kunel et al (2010), señalar que en determinado contexto educativo, en esta caso la universidad, el Facebook bajo una cierta bidimensionalidad puede contribuir al desarrollo de ciertas prácticas educativas, por un lado, como complemento de la educación formal y tradicional, es decir, las clases magistrales puede contribuir a conformar grupos que fomenten la interacción social entre “Estudiante – Docente” y “Estudiante – Estudiante” con el afán de compartir ideas, inquietudes, informaciones y generar conocimientos propios y, por otro lado, como un mecanismo de comunicación e información instantánea y ágil entre “Estudiante – Docente” y “Estudiante – Estudiante”.

4.5.1. Divulgación de información

El Facebook por su gran capacidad de almacenar información de todo tipo ha modificado algunas dimensiones del ámbito educativo y a la vez al interior de estas transformaciones puede también modificar el papel tradicional del docente en términos de ser la principal fuente de información, es decir, puede romper con esa concepción pedagógica que incentiva la monopolización del conocimiento por parte del docente. En este contexto, el Facebook como nuevo medio de comunicación e información brinda la posibilidad a los jóvenes universitarios de recibir, emitir e intercambiar información instantáneamente, mediante búsquedas y consultas en diferentes aplicaciones como ser foros, blogs y descargas que pueden promover una mayor retroalimentación en torno a algunos temas específicos. En realidad, el joven universitario a través del Facebook tiene a su alcance de modo fácil, cómodo y ágil un mundo virtual que le ofrece una enorme cantidad de información y la posibilidad de mayor comunicación superando las barreras del tiempo y el espacio.

“...yo utilizo el Facebook para sacar información, pues se publican libros, artículos y ensayos que te pueden servir, en algunos casos ya hay trabajos hechos y lo de bueno es que son gratuitos. A mi personalmente me gusta la página “licenciatura en comunicación social”, donde tú puedes encontrar libros sobre teoría de la comunicación, publicidad, redacción de noticias y muchas cosas más que te pueden ayudar mientras estudias en la carrera e inclusive cuando ya eres titulado, puedes buscar trabajo, la cosa es

saber dónde y cómo buscar información y lo de buenos que estos esta en tu celular...”

(Joven universitario)

El uso de del través de una serie de aplicaciones Facebook permite la producción y divulgación de información y a la vez el intercambio de recursos y contenidos educativos. Su gran capacidad de tratamiento de la información no solo textual sino en otros sistemas de símbolos audiovisuales puede contribuir en gran medida al desarrollo de ciertas prácticas educativas en los jóvenes universitarios. Como bien lo expresan algunos especialistas no solo es posible sino recomendable su aplicación en ciertas prácticas educativas sin tener que dejar de lado métodos tradicionales que prevalecen en los procesos de enseñanza/aprendizaje

La expansión de tecnologías digitales y móviles, en este caso los teléfonos celulares y la red social Facebook han conformado una “cultura digital” en la que los jóvenes universitarios tienen un papel muy importante a la hora de crear y difundir información, lo que puede modificar radicalmente su manera comunicar, compartir, interactuar, aprender y estudiar. Sin embargo, a través de la información obtenida se comprueba que se usa el Facebook exclusivamente con un carácter informativo y no educativo, lo cual significa que no ha logrado modificar los modelos pedagógicos tradicionales y sobre todo no se ha logrado modificar la “praxis docente”.

“... yo utilizo el “face” para ver y sacar información, esto es bueno porque te puede ayudar a saber algo más de lo que aprendes en clase, por ejemplo, yo cuando en una clase me hablan de modos de producción y del pensamientos marxista busco en el “face” y todo se encuentra allí hasta con ejemplos haya, puedes aprender más y mejor y no necesariamente solo lo que te dice tú docente, puedes bajar incluso libros y ver la información de manera rápida sin tener que llegar a tú casa, en el curso ya sabes de que se trata algo...”

(Joven universitaria)

Según los datos obtenidos para aproximadamente la mitad de los jóvenes universitario el Facebook se constituye en un medio eficaz para “acceder a la información”. Sin embargo, se tiene que subrayar que esta información no necesariamente está vinculada a contenidos educativos de un tema o una materia específica, sino a cuestiones que si bien están relacionadas con el ámbito universitario no necesariamente están vinculadas al desarrollo de nuevas estrategias pedagógicas o didácticas que tenga como soporte entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. En esta línea de interpretación un aspecto que también es importante destacar es el hecho de que en muchos docentes y jóvenes universitarios no hay mucho interés por profundizar conocimientos, conocer otras visiones y elaborar nuevas informaciones a través de este medio tecnológico. Solo para algunos jóvenes universitarios y pocos docentes el Facebook se convierte en una “bitácora” del proceso educativo, un espacio virtual donde se puede escribir preguntas, publicar trabajos, debatir temas, comunicar eventos o registrar enlaces para la búsqueda de información. Asimismo, enviar mensajes, videos y fotografías vinculadas a una determinada materia para que sean divulgadas y compartidas. Esta realidad revela que solamente en algunos casos el Facebook se constituye en un medio que hace posible acceder e intercambiar información de manera eficiente y eficaz.

“...el “face” es bien importante en la carrera pues te permite encontrar información sobre los que pasa en la carrera, puedes enterarte horarios, inscripciones, cambios de paralelos y otras cosas más, consultas nomas a los compañeros. Además si has

faltado a clases o no entendiste la clase puedes preguntar por “face”, siempre hay alguien que ayuda y difunde la información que uno necesita...”

(Joven universitario)

4.5.2. Colaboración efectiva entre compañeros

El Facebook se constituye en una herramienta que estimula la experimentación, la reflexión y la generación de conocimientos individuales y colectivos, favoreciendo la conformación de un ciberespacio de intercreatividad que contribuye a crear un entorno virtual de aprendizaje colaborativo. Es una poderosa herramienta que sirve para conectar a las personas, en este caso los jóvenes universitarios a quienes puede permitir compartir información y datos, mejorar la comunicación entre ellos y la vez establecer lazos de cooperación.

Resulta evidente que frente a la tradicional estructura estática de la red Internet, o la Web 1.0 con pocos emisores y muchos receptores, comienza a adoptarse esta nueva plataforma Web 2.0, el Facebook, donde las aplicaciones son fáciles de usar y permiten que hayan muchos emisores, muchos receptores y una cantidad significativamente más alta de intercambios y de cooperación. En tal sentido, la gran capacidad del Facebook radica en su naturaleza social, interactiva y comunicativa que como recurso educativo puede ser utilizado tanto por docentes y como por jóvenes universitarios para conformar un espacio virtual colaborativo que posibilite intercambios de contenidos educativos y la vez favorezca al proceso enseñanza/aprendizaje.

El proceso de intercambio “instantáneo” de conocimientos, experiencias e informaciones puede permitir a los jóvenes universitarios a participar activamente de un aprendizaje colaborativo, pues a través del Facebook pueden compartir objetos de aprendizaje que logren enriquecer el proceso educativo. En tal sentido, expresar que a través de algunas aplicaciones del Facebook es posible socializar páginas Web, sitios Web, enlaces, blogs, artículos, videos, textos y otros mensajes audiovisuales con carácter educativo.

Al respecto, Infante y Aguaded (2011), sostienen que “se lleva a cabo un trabajo colaborativo cuando existe reciprocidad entre un conjunto de individuos que saben diferenciar y contrastar puntos de vista de tal manera que llegan a generar un proceso de construcción de conocimiento. Es un proceso en el que cada individuo aprende más de lo que aprendería por sí solo, fruto de la interacción de los integrantes del equipo”. El Facebook que ofrece la posibilidad de desarrollar este tipo de trabajo cooperativo y colaborativo puede efectivizar lo señalado por Infante y Aguaded con relación a la construcción del conocimiento propio.

“...a través del “face” nos colaboramos entre los compañeros, los de buenos es que te puedes comunicar rápido y si tiene alguno problema tratamos de resolverlo, por eso digo lo de bueno del “face” es que está disponible las 24 horas, el otro día una compañera a perdido sus cuadernos y a través del “face” los ha encontrado, otro día un estudiante había sufrido un accidente y nos ha dicho que pidamos permiso al docentes y así, en muchas cosas es bien útil el Facebook...”

(Joven universitaria)

Se ha podido detectar que en algunos casos el Facebook hace posible la participación voluntaria y activamente de los jóvenes universitarios sobre diferentes temas de interés común logrando crear una

nueva generación de contenidos basado en el trabajo individual y colaborativo. Estos pocos jóvenes universitarios hacen uso efectivo, significativo y productivo de este recurso tecnológico, es decir, interrelacionan de manera colaborativa el aprendizaje formal con el informal y amplían sus conocimientos al margen de los impartidos por el docente. En estos jóvenes universitarios el uso del Facebook es significativo en vista de que lo utilizan como una herramienta que coadyuva el aprendizaje colaborativo motivando el dialogo, la discusión y el intercambio de ideas sobre algunos temas académicos.

4.5.3. Adquisición de nuevos conocimientos

Se dice que el Facebook como parte de las redes sociales y la tecnología Web 2.0 se constituye en un gran potencial educativo ya que impulsa a estudiantes activos e involucrados en el aprendizaje a adquirir nuevos conocimientos. Asimismo, expresan que por su creciente importancia es conveniente utilizarlo como espacio factible para hacer llegar información educativa a los estudiantes que una vez conectados puede aprovechar su tiempo para consultar contenidos educativos e interactuar con docentes y los propios compañeros (Valenzuela, 2013).

Se debe desechar el viejo concepto de que el conocimiento o los conocimientos únicamente provienen de los docentes y de la lectura de cierto material bibliográfico y reconocer la importancia de las NTICs y sus diferentes medios y recursos, pues buena parte de lo que conocen los jóvenes universitarios proviene principalmente de que ven y escuchan a través de las redes sociales y el Facebook.

Se advierte que en algunos casos y ocasiones, los jóvenes universitarios a través de ciertos recursos digitales realizan una forma de “aprendizaje informal” diferente al impartido por el docente en las aulas, pues a través de estos medios de manera creativa logran adquirir mayor información sobre un tema específicos y a la vez adquirir y profundizar ciertos conocimientos. Sin embargo, ellos mismos afirman que algunos docentes no quieren y no recomiendan utilizar algunas tecnologías digitales, indicando que les preocupa que los estudiantes encuentren contenidos inapropiados, información no confiable y sobre todo recurran al plagio. Sin embargo, ellos mismo reconocen que algunos docentes que si bien consciente o inconscientemente se hallan involucrados con los nuevos recursos digitales no tienen las suficientes competencias digitales para su uso eficiente y eficaz. Al respecto, algunos especialistas expresan que resulta imprescindible establecer “como las redes sociales pueden contribuir a alcanzar los objetivos de una centro educativo, en lugar de quitarles valor o ignorarlos” (Fogg, Baird y Fogg, 2012).

Estas puntualizaciones implican que ahora a través de algunos recursos digitales es posible desplazar a pesar de la “resistencia” los espacios formales de conocimiento hacia otros espacios en este caso virtuales para acceder y profundizar ciertos conocimientos. En el caso del Facebook se tiene que tomar en cuenta que si bien es una plataforma virtual que posibilita acceder e intercambiar cierto conocimiento e información no educa como tal, pero que si puede ser útil en el proceso de adquirir nuevos conocimientos al margen de las unidades de información tradicionales como ser las bibliotecas y los propios docentes.

Una de las actividades previas a la elaboración de un trabajo en términos de monografía, ensayo o perfil de tesis, es la búsqueda de fuentes que ofrezcan información sobre el tema que se pretende abordar, este proceso implica la búsqueda, selección, recopilación y sistematización de información. Precisamente en esta práctica académica el Facebook juega un papel muy importante al estar basado en la idea de compartir información, conocimientos y experiencias educativas. Sin embargo, frente a la

gran cantidad de información disponible, muchos de los jóvenes universitarios por su la falta de “competencias informacionales” solamente se remiten a buscar cierta información no la sistematizan y solamente recurren al plagio, obstaculizando de esta manera la producción de conocimientos nuevos y propios. En tal sentido, resulta de vital importancia saber y aprender cómo y dónde buscar contenidos educativos con el afán de crear contenido o conocimientos nuevos. Al respecto se tiene la siguiente información testimonial.

“...yo con el “face” he aprendido muchas cosas, por ejemplo, no sabía que era “problema de investigación y cómo se formula”, desde mi celular y mi “face” he buscado y con ejemplos que te da he podido aprender, además otras cosas más he buscado y he adquirido nuevos conocimientos sobre investigación y además sobre la propia profesión, yo creo que es bien útil ,para adquirir nuevos conocimientos, la cosa es que hay que saber utilizarlo, porque si no puedes encontrar lo que necesitas...”

(Joven universitario)

4.5.4. Conformación de grupos

Mark Zuckerberg crea el Facebook con el afán de generar un espacio virtual que ayude a mejorar la vida de las personas además de solicitar ayuda, compartir noticias y prestar apoyo, estos propósitos, entro otros, conducen implícitamente a la necesidad de conformar grupos o comunidades. Debido a ello no es casual que una gran característica de esta red social sea su capacidad para organizar de manera rápida, sencilla y sin mayor esfuerzo grupos sociales que comparten o no intereses, opiniones e ideologías y a la vez realizar ciertas actividades

El Facebook no solamente se utiliza para comunicarse sino también se lo utiliza para organizarse, sirve para conformar grupos, realizar algunas tareas y participar en algunos eventos. El Facebook tiene una gran capacidad organizativa.

Facebook ha modificado la forma de organizar grupos, pues ahora de una nueva manera se puede reunir pequeñas o grandes cantidades de personas. En el Facebook se pueden crear grupos con interés y expectativas distintas. Por ello, se señala que una de sus cosas interesantes es la posibilidad de poder conformar grupos, cada usuario tiene la posibilidad de crear un grupo ponerles un nombre e invitar a otros usuarios para que puedan ser parte de este grupo a partir de la frase “te ha invitado a unirse al grupo”. Dentro de un grupo que se crea mediante el Facebook se tiene la posibilidad de disponer de las siguientes herramientas o aplicaciones:

- Una base de datos donde se puede insertar texto, mensajes, videos anuncios, fotografías, imágenes, recursos, contenidos, etc.
- Un espacio para comentarios secuenciales que permite que cierto contenido llegue sencilla e inmediatamente al resto del grupo vía correo electrónico.
- Un foro de discusión que permite generar y mantener un dialogo, debate, discusión o conversaciones con los compañeros y en algunos casos con el docente.
- Un correo electrónico que permite mandar determinados mensajes a todos los demás miembros del grupo.

El establecer grupo en el Facebook permite crear un “centro de referencia” al que pueden dirigirse las personas no solamente para hallar y compartir información sino también para programar u paganizar actividades y eventos. En tal sentido, la conformación de grupos a través del Facebook y su constitución como centro de referencia genera una serie de ventajas, entre las cuales mencionar a las siguientes:

- La adscripción al grupo es de manera sencilla e instantánea, no se requiere de una formación o preparación especializada.
- El grupo del Facebook funciona de la misma manera independientemente del tamaño, la asignatura, docente, necesidades o expectativas.
- El grupo favorece a la comunicación en distintas direcciones al estar en un mismo espacio virtual, es más fácil localizar a los miembros que mediante un contacto físico o presencial.

Sobre la base de los argumentos teóricos del especialista De Haro (2009), señalar que los grupos en el Facebook son de gran variedad, flexibilidad y pueden ser utilizados en el ámbito académico universitarios para los siguientes objetivos:

- Grupos de la asignatura. El docente crea un grupo para los alumnos de una materia en particular. Allí les puede poner enlaces a recursos externos a la red, debatir temas de clases y dar avisos a los alumnos.
- Grupo de alumnos: Los alumnos crean un grupo para trabajar en él. Se pueden hacer estos grupos de pocos alumnos o de muchos o cuanto se realizan en una cierta materia trabajos en grupo. Los pueden utilizar para poner enlaces a recursos externos que estén utilizando, dejar mensajes, distribuirse trabajos o debatir sobre el desarrollo de un determinado trabajo.
- Grupos de tutoría: El tutor o docente de un curso o materia crea un grupo con sus alumnos para desarrollar el proceso enseñanza/aprendizaje, es utilizado no tanto para dar avisos sino para tratar temas académicos específicos.

Pertenecer a una red social a través del Facebook les permite a muchos jóvenes construir grupos de contactos que se consignan en la aplicación “grupos” los cuales pueden estar conformados por personas conocidas o no, esta comunidad o comunidades conectadas virtualmente hacen posible el compartir asuntos o temas de interés común como ser música, videos, deportes, información, negocios, política, farándula, etc. En el ámbito universitario en particular de la Carrera de Ciencias de Comunicación Social se advierte que los jóvenes universitarios conforman o son parte de diferentes tipos de grupos a través de los cuales se “pasan” al margen de videos, música y noticias, cierta información no necesariamente vinculada cuestiones educativas.

Casi todos los jóvenes universitarios afirman ser parte de por lo menos algún grupo virtual el cual puede ser solidario, compras y ventas, protección el medio ambiente, defensa a los animales, partido político, agrupación política, deportes, campañas, universitario, etc. Asimismo, es parte de ciertos eventos como ser cumpleaños, matrimonios, fiestas, despedidas y otros tipos de eventos sociales y en menor intensidad es parte de grupos y eventos académicos o educativos. La conformación de grupos virtuales puede ser la práctica educativa más indicada para fines educativos, pues existe la posibilidad de agrupar o reunir personas con intereses y fines concretos, bajo la administración de uno de los

miembros. Se puede conformar este grupo abierto o cerrado para crear y socializar mensajes con contenidos específicos vinculados a una determinada materia.

“... yo formo parte de varios grupos con diversos objetivos, unos son para vender y comprar, otros de corte político y otros de defensa del medio ambiente, en la universidad también soy parte de varios grupos como ser “Curso de Pedagogía para Auxiliares de Docencia”, “Licenciado Víctor Oporto”, “Carrera de Comunicación Social, UMSA” (264 miembros), “CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL...”, (11.738 miembros) “Poder Estudiantil Comunicación” (2.088 miembros y “Umsa Comunicación” (384 miembros)...”

(Joven universitario)

La mayoría de los jóvenes universitarios entrevistados destacan la importancia del Facebook como medio para conformar y reunir a grupos con intereses, expectativas y actividades comunes. Se podría decir que el ser parte de un grupo es precisamente el hecho que los motiva a ingresar y permanecer en el Facebook. Si bien son diversos los motivos que impulsan a los jóvenes universitarios a la conformación de grupos estos principalmente están vinculados a “unirse a ciertas causas”, “conocer ciertas iniciativas o actividades”, “recibir información específica” y/o “compartir gustos o preferencias”.

Se advierte que el Facebook refuerza las relaciones sociales y virtuales entre los jóvenes universitarios, conformando a través de los grupos un conjunto más cohesionado que ofrece un clima de confianza entre sus miembros. De este modo, a través del Facebook se desarrolla un sentido de identidad y de pertenencia al grupo a la vez que mantiene la independencia y la responsabilidad individual, es decir, a partir de la conformación de grupos ha sido posible crear un entorno colaborativo, participativo y cooperativo para desarrollar algunas prácticas educativas. En efecto, en el Facebook se pueden crear grupos y a partir de ello fomentar el aprendizaje y el trabajo colaborativo sin que los jóvenes universitarios tengan necesariamente presencia física en las aulas. Con el afán de apoyar esta puntualización se presenta el siguiente testimonio.

“...existen muchos grupos en el Facebook yo pertenezco a varios grupos de ayuda voluntaria y en la carrera yo pertenezco a cinco grupos creados por los delegados de las materias correspondientes, a través de estos grupos se suben textos que se utilizan en la materia y podemos reforzar nuestro aprendizaje, también se suben documentos en PDFs, diapositivas e imágenes que al momento son de mucha importancia y son de gran ayuda. Por otro lado, también se puede saber si el docente va a venir o no o en algunos casos ellos que también están en estos grupos te pueden dar alguna explicación, en fin crear grupos en el “face” hace que nos colaboremos y es una buena forma de darle un uso provechoso, nos sirve no solamente para hacer amigos sino también para colaborar y aprender mejor...”

(Joven universitario)

El Facebook dada sus características tecnológicas permite planificar y organizar algunas prácticas educativas en términos de trabajos de investigación, trabajos prácticos y algunas tareas a través del intercambio de acuerdos, dudas ya sean en pequeños o grandes grupos. Estos grupos los crea un usuario y los que se adscriben al grupo tienen roles diferentes como ser el de administrador, vocal o miembro. El administrador del grupo o del sistema es el encargado de subir ciertos materiales y recibe

retroalimentación sobre los mismos. Asimismo, señalar que existen diferentes niveles de acceso al grupo, los mismos que pueden ser: abierto, privado o cerrado.

Los grupos que se pueden conformar a través del Facebook disponen de ciertas aplicaciones que permiten la comunicación directa entre los miembros y de manera individual. En tal sentido, es posible enviar y recibir mensajes de correo entre todos los miembros del grupo y también escribir en la página del grupo, en ambos casos se avisan a los miembros del grupo a través del correo electrónico. Esta práctica puede permitir establecer entre todos los miembros del grupo una comunicación rápida, constante, fluida y sencilla son estos factores los que precisamente le dan al Facebook una gran capacidad comunicativa y organizativa. Ubicar y disponer de todos los jóvenes universitarios en un solo espacio virtual, así como tener en él a algunos docentes atribuye al Facebook una gran potencial de comunicación, contacto y organización.

“...una de las grandes facilidades que me da el Facebook en la universidad tiene que ver con la formación o creación de grupos, estos es bueno porque a veces los chicos del curso, no pueden por motivos de trabajo, de familia o enfermedad, pasar clases y venir a hacer algunos trabajos, entonces creamos grupos en el Facebook para hablar del tema y mandarnos documentos de Word, Excel, PDFs, estos nos facilita la vida, así también ya no bajamos a la universidad o la carrera a reunirnos, también como muchos viven en zonas alejadas o en El Alto, esto de los grupos facilita muchísimo, especialmente cuando hay paros, huelgas o bloqueos, nos comunicamos y nos informamos a través del Facebook...”

(Joven universitaria)

Existe la posibilidad y la disposición a través del Facebook de crear cuantos grupos se desee en función de ciertas necesidades e intereses comunes, dicha facilidad, ya sea por interés del docente o de los jóvenes universitarios, provoca la posibilidad de disponer de grupos grandes o pequeños en un espacio virtual. Muchas veces se conforman grupos a través del Facebook no por la exigencia del docente sino a iniciativa de los jóvenes universitarios frente a la necesidad de relacionarse y compartir ciertos contenidos o mensajes. Los datos obtenidos revelan que casi la totalidad de los grupos que han conformado los jóvenes universitarios ha sido iniciativa de ellos mismos.

Cuadro N° 54
JÓVENES UNIVERSITARIOS USUARIOS DEL FACEBOOK
POR QUIEN CONFORMA GRUPOS

A iniciativa	Hombres	%	Mujeres	%
Estudiantes	25	83.3	29	96.7
Docentes	5	16.7	1	3.3
Total	30	100.0	30	100.0

Fuente: Boleta de encuesta 2016

La adscripción de los jóvenes universitarios en los grupos conformados a través del Facebook hace que ellos participen de manera diferente y activa, desempeñando diferentes roles como ser el de adherentes, administradores, emisores, receptores y productores de contenidos. Por ejemplo, en la comunidad privada de un grupo que corresponde a determinada materia se establecen lazos de amistad y de comunicación entre los jóvenes universitarios del grupo que emite y recibe información acerca de la materia, material de estudio, bibliografía, exámenes, parciales, trabajos, eventos, etc. En función de esta realidad se podría señalar que en algunos casos estas relaciones más de tipo social forman parte y contribuyen al aprendizaje informal de manera complementaria al aprendizaje formal. En tal sentido,

es válido afirmar que a través de algunas herramientas del Facebook es posible vincular coherentemente una enseñanza y un aprendizaje formal con otro de carácter informal.

“...veo que la conformación de grupos en el “face” nos ayuda mucho ya que podemos tener el apoyo de los demás compañeros en la búsqueda de información y el conocimiento de la materia, eso se nota cuando revisas tu “face”, hay compañerismo, parece que todos estamos pendientes unos con otros, pues cuando alguien pregunta algo o quiere saber algo de la carrera o la materia, siempre hay alguien que te puede y quiere responder, por eso entre nosotros nos decimos revisa tu “face”...”

(Joven universitaria)

El Facebook está modificando las formas de comunicación e información tradicionales del ámbito universitario dejando atrás el teléfono y la conversación cara a cara, este medio digital ahora posibilita nuevas formas de comunicarse, de relacionarse y de conformar grupos. Al respecto, señalar que lo novedoso de este medio no es que solo permite a las personas conocer a desconocidos sino que también posibilita conexiones entre individuos que de otra manera no podrían conocerse y hacer visibles sus conexiones sociales. Precisamente esta realidad ha motivado a los jóvenes universitarios a unirse a determinadas comunidades “por gustos” y por la necesidad de desarrollar ciertas prácticas educativas.

Para los jóvenes universitarios pertenecer a un grupo de Facebook no solo implica ser “parte de algo”, sino tener una imagen común que se comparte que nos solamente cobija sino también protege y que les permite actuar como un “yo colectivo”, ser parte de un grupo en la universidad no es solo ser parte de un grupo virtual sino también de un grupo real.

4.5.5. Relaciones e interacciones sociales

Lo imprescindible para el Facebook son las personas y las relaciones que se establecen entre ellas, debido a ello se constituye en una herramienta que facilita la interacción entre las personas generando nuevas redes o fortaleciendo las existentes sobre la base de intereses comunes. Los usuarios del Facebook pueden, o no, conocerse personalmente, ya que lo que los une no son necesariamente lazos de amistad sino intereses comunes como ser aficiones, gustos, simpatías preferencias, videos, música, deportes, etc.

Los servicios y/o aplicaciones que ofrece el Facebook son innumerables al interior de los cuales uno de suma importancia tienen que ver con el poder ubicar a las personas para poder interactuar independientemente del tiempo y el espacio, es decir, que el Facebook puede permitir una serie de interacciones al interior de los principales agentes de socialización como ser la familia, el trabajo y la escuela.

Según Kinen et al (2010), las interacciones que se producen en el proceso enseñanza/aprendizaje son: Estudiante – Profesor; Estudiante – Estudiante; Estudiante – Contenido; Profesor – Contenido; Profesor – Profesor y Contenido – Contenido. A partir de estas interacciones señalar que la capacidad mediadora del Facebook puede desplegarse en varios sentidos. Por un lado, pueden mediar las relaciones sociales entre docentes y estudiantes y entre estudiantes y, por otro lado, también puede mediar en intercambios comunicativos de carácter educativo entre docentes y estudiantes y entre los

estudiantes. Sin embargo, señalar que la efectivización o no de estas interacciones dependen del uso que se da al Facebook en ciertas prácticas educativas.

Sobre la base de la tipología establecida por Kinen (2010) a continuación se analizan las interrelaciones que se producen entre Estudiante – Docente; Estudiante – Estudiante y Estudiante – Contenido.

De acuerdo a algunos testimonios existen algunos docentes que mediatizan sus relaciones o la interacción social con los estudiantes a través del Facebook. Se está hablando del envío de trabajos prácticos por correo electrónico o email, material bibliográfico de apoyo, mensajes de texto, exámenes prácticos o intercambio de consultas. Según algunos estudiantes este encuentro a través del Facebook si bien productivo en el sentido facilitar el acceso a ciertos elementos que hacen el proceso enseñanza/aprendizaje es básicamente informativo. En correspondencia con esta visión, puntualizan que este tipo de encuentro no se halla signado por una labor docente que oriente el aprendizaje, aclare conceptos y responda algunas dudas.

De acuerdo a lo expresado por los jóvenes universitarios es válido señalar que el uso del Facebook en la relación “Estudiante - Docente” abre nuevas instancias de comunicación no solo para temas académicos sino también para abordar ciertos temas cotidianos. Esta nueva forma de comunicación estaría generando una comunicación menos jerárquica y más horizontal donde es posible el intercambio de mensajes bajo condiciones de acceso libre e igualitario (Beltrán, 2007). En tal sentido manifiesta que al interior de la denominada cultura digital en algunos casos se han redefinido los modelos de comunicación, en este caso entre “Estudiantes – Docentes” a través de la producción de un diálogo participativo por lo menos en el sentido de compartir ciertas necesidades y expectativas a través de la conexión social y digital entre ellos. Con el afán de apoyar estas afirmaciones con información cualitativa se muestra el siguiente testimonio.

“...yo soy delegado de curso y administrador del grupo, tengo una relación más cercana con el docente, él me manda que información debo subir, las fechas de los exámenes y a veces me dice que no va a venir, somos como amigos, él me tiene confianza y yo también confío en él, más amigos es, pues algunos compañeros también utilizan el “face” para comunicarse con él, hay mayor diálogo y confianza...”

(Joven universitario)

En función de la información testimonial se observa que el Facebook tiene en ciertos aspectos una presencia más notoria en la relación “Estudiante - Docente”. Sin embargo, también se advierte que en muchos casos esta relación está mediatizada por una “brecha digital”, es decir, por una suerte de “diferenciación entre nativos digitales y migrantes digitales, es decir, entre jóvenes que nacieron y crecen en un ambiente rodeado de NTICs y personas de una generación anterior que están comenzando a familiarizarse con las mismas y que demuestran en algunos casos miedo y en otros curiosidad” (Terrazas e Ibarra, 2013: 12)

La interacción “Estudiante – Contenido” está en función de la posibilidad de que el estudiante a través del Facebook acceda a mejor y mayor información vinculada con determinada materia. Esto implica que haciendo uso del Facebook el joven universitario puede acceder a ciertos temas, nuevas publicaciones, ensayos, artículos y otro tipo de material digital que le permitan profundizar el contenido de determinada materia. Esta democratización de la información y el conocimiento vía

Facebook posibilita a muchos jóvenes universitarios ser a la vez consumidores y productores de contenidos. Se han modificado sus prácticas educativas vinculadas a la búsqueda de información no mediante la guía o la tutoría del docente sino a través de acciones que son resultado de la experiencia personal o transmitida por otros compañeros.

Uno de los grandes cambios que han provocado las redes sociales en particular el Facebook está vinculado a la nueva forma de socialización y comunicación. El Facebook se basa en la idea de comunidad donde las personas pueden compartir gustos, necesidades, sentimientos e información, es decir, conecta “gente real”, precisamente nace en una comunidad de estudiantes universitarios con el afán de que se conozcan e intercambien información.

El Facebook es solo una herramienta que favorece al establecimiento de relaciones sociales, una persona sociable tendrá amigos sin la necesidad de las redes sociales. En cambio, una persona introvertida que no sea muy sociable en la vida real seguramente tampoco tendrá muchos amigos. Sin embargo, existe en ellos la posibilidad de lanzar y aceptar muchas solicitudes de amistad a través de las redes sociales.

En la interacción “Estudiante – Estudiante” señalar de que el joven universitario al hacer uso del Facebook tiene la posibilidad de ser emisor y/o receptor por el simple hecho de pertenecer a una red social y poder enterarse de la actividad que tienen sus contactos en tal sentido se genera un sentimiento de comunidad, de pertenencia y de vínculo virtual, pues el joven universitario siente que no está solo en la red y que existe un “contacto” que puede responderle. Esta realidad que implica la posibilidad de generar comunidad es muy importante para inaugurar o reforzar sentimientos de cooperación, ayuda y amistad con personas conocidas o desconocidas.

El Facebook surge como una buena alternativa de comunicación entre estudiantes, es decir, entre pares situación que puede ser utilizada como una herramienta educativa a través del intercambio de mensajes, archivos e información educativa. Sin embargo, se advierte que en el uso de este recursos por parte de los jóvenes universitarios prevalece más un alto valor informativo que educativo.

“...el “face” te facilita comunicarte con los compañeros de la carrera, en dos o tres minutos que puedes revisar tu “face” ya sabes que han hecho o que están haciendo, puedes enterarte casi de su vida, de su amigos, de su familia y muchas otras cosas más, pero no solo sirve para esos, sino que si no has entendido algo, o no has ido a clases o quieres saber algo que han hechos en el curso, solamente tienen que chatear con otros compañeros, siempre hay alguien dispuesto para contestarte, eso es lo de bueno del “face” casi se podría decir que no estás solo, “hablas siempre con alguien aunque tal vez no lo conozcas físicamente...”

(Joven universitaria)

Al respecto, Gálvez y Calderón (2010: 52) citando a Rheongold (1996), señalan que “en las comunidades tradicionales, estamos acostumbrados a encontrar personas y luego llegar a conocerlas: en las comunidades virtuales uno puede llegar a conocer personas y luego decidir si encontrarse con ellas: La asociación puede ser más efímera en el espacio cibernético porque uno puede llegar a conocer gente que nunca podría encontrar en el plano físico”. Esto no significa que las relaciones virtuales sustituyan a las relaciones presenciales, más bien puede ocurrir lo contrario, en todo caso manifestar que si bien entre algunos jóvenes universitario existe una relación “cara a cara” en otros

esta relación solamente es virtual, se trata de relaciones esporádicas, transitorias y momentáneas en base a ciertos intereses y necesidades.

Se podría afirmar que a través del Facebook muchos jóvenes universitarios han mejorado positivamente sus relaciones sociales, pues les permite estar en contacto con personas con las cuales es difícil el encuentro “cara a cara”. Sin embargo, en otros casos ciertas relaciones sociales se han modificado negativamente, algunos jóvenes universitarios se meten mucho en el “face” y ya no toman interés en las cosas o en las personas que las rodean. Por ello, no es casual que se afirme “El Facebook acerca a las personas lejanas y aleja a las personas cercanas”.

Vinculado a este tema de las relaciones interpersonales señalar que muchos jóvenes universitarios compiten por tener el mayor número de “amigos” y en tal sentido tienden a agregar a personas que no físicamente no las conocen. El uso generalizado y la apropiación que tienen los jóvenes universitarios del Facebook posibilitan que esta herramienta sea utilizada como un recurso que permite la interacción, colaboración y el intercambio de información entre diversos actores sociales institucionales y sociales del ámbito universitario.

Si bien este punto no tienen que ver específicamente con prácticas educativas señalar que en la relación “Estudiante – Estudiantes”, las redes sociales y el Facebook se han convertido en un nuevo espacio para hacer política, desplazando a medios tradicionales como ser la prensa, la radio y la televisión. En efecto, se han constituido en un espacio virtual muy importante en el ámbito de lo político en términos de promocionar o desprestigiar a un líder político o una agrupación política a través de mensajes de texto, video y “memes”, independientemente de que la información sea falsa o verdadera. Bajo este marco, señalar que los jóvenes universitarios utilizan el Facebook para divulgar en públicos más amplios aspectos que tienen un carácter político y que se hallan vinculados con el quehacer académico de la carrera. Con el afán de ilustrar esta realidad se presente el siguiente testimonio.

“...nosotros como queríamos sacarlo al “Sidney” hemos utilizado el “face”, publicando nuestro sentimientos de rechazo a una mala gestión, muchas han expresado este su sentimiento a través de mensajes y “memes” y ahora mismo lo hacemos para mostrar nuestro rechazo a la prepotencia de algunos docentes, lo mismo pasa cuando se nombran docente a través del “face” les decimos que no que queremos camarillas y docentes nombrados dedo, yo creo que el “face” es bueno para protestar y hacer que te escuchen, sino estas jodido...”

(Joven universitario)

4.5.6. Generación de contenidos

Los jóvenes universitario, al margen de su formación académica profesional, están estrechamente vinculados a diferentes procesos de comunicación e información a través del uso cotidiano de las NTICs que está modificando su forma de vida, particularmente la incorporación de algunas de las herramientas de la web 2.0 han contribuido a la modificación de sus formas de comunicación, información y entreteniendo. Es más aún se hallan inmersos en un modelo de red virtual donde tienen la gran posibilidad no solamente recibir sino también producir información y cometidos propios.

Vinculado a este punto algunas investigaciones señalan que en la percepción o la visión de algunos adultos, “migrantes digitales” o “semianalfabetos digitales” la red Internet únicamente posibilita

procesos de comunicación, información y entretenimiento, en cambio para la mayoría de los “nativos digitales” significa Chat, Blogs, Messenger, redes sociales, es decir, espacios virtuales donde ellos pueden producir explícita e implícitamente ciertos contenidos. Facebook es una herramienta digital con una serie de aplicaciones que pueden contribuir a generar contenidos educativos, no obstante en la mayoría de los jóvenes universitarios esta práctica no resulta habitual y se halla limitada únicamente a ciertas acciones vinculadas al ámbito educativo.

Una de las potencialidades del Facebook radica en el hecho de que es posible guardar los contenidos o las conversaciones, en el denominado historial, dando la posibilidad de retomar ciertas tareas o acciones en el momento en que el joven universitario decide establecer una conexión en cualquier momento y lugar. Esto puede permitir llevar y proseguir algunas actividades académicas de enseñanza/aprendizaje fuera del aula y de este modo generar contenidos o conocimientos propios. Lamentablemente esta realidad mencionada no es una práctica común y generalizada en la mayoría de los jóvenes universitarios.

De acuerdo a la información obtenida se podría decir que todos los jóvenes universitarios tienen la capacidad de crear contenidos en el Facebook, pues saben subir y compartir fotos, videos, música, eventos, memes y otros contenidos digitales. Sin embargo, son pocos los que generan nuevos contenidos como resultado de una práctica educativa.

En algunos jóvenes universitarios existen usos del Facebook bastante creativos pero que se limitan a crear contenidos vinculados a la política, el entretenimiento y el sarcasmo y no se advierte esta misma iniciativa al momento de elaborar contenidos educativos. Prevalecen usos básicos del Facebook sobre todo vinculados a la información, comunicación y entretenimiento y no se advierte el desarrollo de ciertas competencias tecnológicas que posibiliten un uso eficiente y eficaz en el proceso de aprendizaje.

El Facebook posibilita generar contenidos, es decir, a través de ciertas aplicaciones es posible responder alguna prueba, examen o práctica enviada por algún docente. Este proceso de conexión digital posibilita la intervención del joven universitario y en algunos casos produce cierto sentido que va más allá de la simple transmisión de mensajes, es decir, existe la posibilidad real de generar contenidos. Al respecto, señalar que este “contenido no es cualquier material, sino un tipo de información ya sea escrita, visual u oral que en su producción implica un esfuerzo intelectual con un valor tanto para el estudiante como para el docente” (Gálvez y Calderón, 2010). Por ejemplo, el subir un video, una fotografía, un ensayo o un mensaje propio ya implica generar un cierto contenido. No hay mejor aprendizaje que el de hacer y descubrir algo por uno mismo.

Con relación a la generación de cometidos y parafraseando a Gálvez y Calderón (2010), señalar que la universidad y los docentes deben responder con nuevas estrategias sobre lo que está provocando el Facebook, viendo sus fortalezas, oportunidades y potencialidades y no solamente los riesgos que puede deparar, es mejor preparar que proteger, aprendiendo con los jóvenes en vez de vigilar y controlar.

“...yo creo que los alumnos tienen una gran creatividad con el Facebook, a través de su perfiles, mensajes y “memes” que realizan reflejan toda una creatividad contenida, es asombroso lo que hacen, se necesita mucha inteligencia y creatividad para hacer lo que ellos hacen, pero el problema es que estas habilidades y creativities no las aplican en lo estrictamente educativo, yo creo que si alguien los dirige pueden hacer maravillas, pero no hay

quien los incentive y solamente se dedican hacer cosas vinculadas a su vida cotidiana...”

(Docente universitario)

5.1. A modo de conclusiones

A partir de los problemas de investigación, los objetivos formulados y los hallazgos encontrados podemos señalar a modo de conclusiones los siguientes aspectos:

A nivel global o general

De acuerdo a la literatura global, regional, nacional y local que se ha revisado se han llegado a las siguientes conclusiones:

- La implementación de las NTICs, en particular la red Internet, las redes sociales y el Facebook están provocando profundas transformaciones en las diferentes dimensiones de la sociedad en términos comunicacionales, sociales, económicos, políticos, culturales e ideológicos. En efecto, están modificando, entre otras cosas, las formas de comunicación e información, la propaganda y la publicidad, las relaciones sociales y los grupos sociales, las formas de vender y comprar, las modalidades de hacer negocios y transacciones, las formas de administración de las instituciones y las empresas, las modalidades de consumo, las formas de hacer política y las campañas políticas, el accionar de los partidos políticos y la opinión pública, las costumbres y los hábitos, los conocimientos, las actitudes y las prácticas y los consumo culturales y las identidades individuales y colectivas.
- La incorporación de estos nuevos recursos y medios tecnológicos, va más allá de los “prodigios tecnológicos” y del lugar que ocupan en la cotidianidad de personas, grupos sociales, comunidades y países. Simbolizan un nuevo modo de vida y de cultura y que como pocas instancias de la vida cotidiana simultáneamente generan la fascinación y el rechazo, es decir, esta incorporación es motivo de controversia entre sus defensores y detractores, pues como todo cambio tecnológico que afecta a la sociedad su acceso, uso y consumo cultural no es ajeno al establecimiento, por un lado, de aspectos positivos o negativos y, por otro lado, de ciertas ventajas y desventajas.
- La incorporación de la red Internet, las redes sociales y al Facebook, al afectar las diferentes dimensiones de la sociedad también está afectando el ámbito educativo en sus distintos espacios, provocando una serie de controversias y diferentes niveles de intensidad e impacto. En el mundo desarrollado su implementación está provocando más ventajas que desventajas en términos de gestión educativa e implementación de nuevos sistemas de enseñanza y aprendizaje. Esto se debe a que principalmente sus usuarios están inmersos en una cultura digital. En cambio, en países subdesarrollados donde prevalece una brecha digital existe una subutilización de estos recursos debido a que no se han desarrollado competencias tecnológicas.
- El acceso y uso de las NTICs, la red internet, las redes sociales y el Facebook en el país presenta características muy particulares como ser las siguientes: 1) La oferta comercial de las NTICs está conformada por una serie de aparatos de uso doméstico como ser, entre tanto

otros, refrigeradores, microondas, equipos de sonido y video, televisores de última generación, cámaras fotográficas, filmadoras y reproductores de música. A los que se agrega algunos dispositivos de alta tecnología como ser computadoras, programas de software, Módems, MP₃, MP₄, USB, DVDs, CDs, teléfonos inteligentes, Internet, redes sociales y Facebook, 2) La prevalencia de una brecha digital hacia fuera y hacia dentro del país que se expresa en dificultades a dispositivos digitales en términos de acceso geográfico, social, económico y cultural.

Debido a ello, Bolivia tiene el Internet más caro, más lento y conectado principalmente a través de los teléfonos celulares, 3) Los principales usuarios del Internet, redes sociales y Facebook se concentran en orden de importancia en las principales ciudades del eje central como ser Santa Cruz de la Sierra, La Paz, Cochabamba y 4) Los principales usuarios de estos dispositivos son las poblaciones más jóvenes cuyas edades fluctúan entre los 18 y 24 años de edad.

A nivel de conclusiones específicas

De acuerdo a la formulación de los problemas de investigación y la determinación de los objetivos específicos se han llegado a las siguientes conclusiones

- A pesar de las limitaciones de acceso, precio y conocimiento de competencias digitales la mayoría de los jóvenes universitarios tienen acceso y cotidianamente utilizan las NTICs, la red Internet, las redes sociales y el Facebook. Estas tecnologías digitales se han incorporado tanto en su vida cotidiana como en su vida universitaria para satisfacer al margen de necesidades de comunicación, información y entretenimiento, necesidades vinculadas al ámbito de su formación académica profesional a partir de ciertas prácticas educativas.
- Los jóvenes universitarios están inmersos en una sociedad consumista donde generan sus propias lógicas de consumo cultural vinculadas al acceso y uso de recursos y medios tecnológicos que les genera un fuerte interés y a la vez les permite satisfacer ciertas necesidades vinculadas a su proceso de formación profesional. Ellos se han constituido en los consumidores ideales de la industria cultural que les es muy propio, cercano y accesible, son ellos los que tienen un dominio de este uso tecnológico sobre la base de un conocimiento sobre todo empírico que no se basa en una enseñanza sistemática sino que está en función de un aprendizaje basado en la experiencia y la manipulación de algunos de estos recursos casi desde que nacen.
- El Facebook se puede constituir en una herramienta de aprendizaje y desarrollo de ciertas prácticas educativas en vista de que posibilita el acceder a bastante información, compartir documentos, compartir enlaces de páginas o sitios Web, trabajar de manera inclusiva, ampliar conocimientos, aprender de manera independiente, crear grupos, generar una red de redes y comunicarse de manera rápida e instantánea con compañeros y docentes. Por estas cuestiones señaladas es válido afirmar que en este nuevo contexto digitalizado y a través de estos recursos tecnológicos el joven universitario puede tomar el control sobre el aprendizaje a través del desarrollo de ciertas prácticas educativas.

- El crecimiento y la expansión de las NTICs y en particular la capacidad de interconexión a través del internet y las redes sociales se perfilan como una buena alternativa para ser incluidos en los procesos educativos, sobre todo en el proceso enseñanza/aprendizaje. Sin embargo se advierte que su implementación con ciertas sobre la base de una cultura digital y ciertas competencias digitales es parcial y limitada, en realidad no son utilizados como elementos importantes para mejorar la calidad educativa.
- Se considera que para entender del uso de las NTICs, las redes sociales y el Facebook en prácticas educativas es necesario hacer referencia a la denominada “cultura digital” que si bien tienen diferentes significados se la entiende vinculada a la “capacidad o competencia tecnológica”. En tal sentido se entiende a la cultura digital “como la competencia informacional como la habilidad para reconocer necesidades de información y la capacidad de identificar, localizar, evaluar, organizar, comunicar y utilizar información efectivamente, sea para propósitos de conocimiento, la atención de requerimientos de relación social o la resolución de problemas prácticos” (Torrice et al, 2012: 24). Es precisamente esta “competencia tecnológica o digital” la que no prevalece en el desarrollo de ciertas prácticas educativas en los jóvenes universitarios. De acuerdo a los resultados obtenidos se advierte que los estudiantes saben de manera empírica buscar, localizar y extraer información. Sin embargo, presentan serias dificultades al momento de leer, avaluar y sistematizar dicha información. Solo buscan información para satisfacer ciertas necesidades inmediatas o para solucionar ciertos problemas concretos.

El Facebook utilizado con fines estrictamente educativos en el ámbito universitario es prácticamente casi inexistente. No deja de ser llamativo que aunque las redes sociales de docentes y estudiantes son numerosas, la mayoría de ellas no son llevadas al aula, solamente se las utiliza para poner en contacto a estudiantes y docentes, es decir, para inaugurar, fomentar e incentivar el contacto y dialogo a través de la comunicación virtual entre docentes y estudiantes. Esto implica que el uso de esta red social por parte de los jóvenes universitarios tiene un contenido más comunicativo e informativo que un contenido educativo y pedagógico, a través del Facebook solamente desarrollan las siguientes prácticas educativas: Divulgación de información, colaboración efectiva entre compañeros, adquisición de nuevos conocimientos, conformación de grupos, relaciones e interacciones sociales y generación de contenidos. Sin embargo, subrayar que en el contexto de la investigación a pesar de su enorme potencialidad no se utiliza el Facebook para la producción y reproducción de entornos virtuales que puedan mejorar el proceso “enseñanza/aprendizaje” principalmente por la falta de competencias tecnológicas sobre todo en algunos docentes que conforman el grupo poblacional denominado de “migrantes digitales”.

- Los jóvenes universitarios en relación con los adultos son los que se han familiarizados mucho más con las redes sociales en particular el Facebook. Bajo este marco, para la mayoría de los docentes estos nuevos recursos son desconocidos y debido a ello le dan una aplicación diferente a como lo hacen los jóvenes universitarios, es más aún muchos de ellos tienen una visión pesimista y negativa de este recurso digital. En cambio, para los jóvenes el Facebook es un medio de comunicación y un canal de información que les permite desarrollar ciertas prácticas educativas al margen de la llamada educación formal, es decir, crear contenidos propios que son distribuidos por este recurso digital.

- Finalmente, señalar que se debe tener en cuenta que los jóvenes universitarios para acceder, integrarse, permanecer y tener éxito en el vida universitaria deben desarrollar una serie de prácticas que van más allá del ámbito académico y no por ello menos importantes deben saber manejarse en el ámbito institucional, crear y fortalecer lazos de amistad con compañeros y docentes y conformar grupos sociales. En este contexto, se considera que se debe aprovechar el potencial comunicativo, interactivo social y educativo del Facebook en el desarrollo de procesos de socialización al interior de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Achig Subía, L. (1991). **Guías y formularios para la elaboración de diseños de tesis**. Cuenca/Ecuador: IDIS.
- Amores, J. (2011). **Reseña del efecto Facebook**. Revista de Letras, Barcelona disponible en www.educacionmediatica.es/.../Alejandra%20Rocha%20Silva (Consulta el 15.02.15)
- Arnold, D., Spedding, A. y Pereira, R. (2006). **Pautas metodológicas para investigaciones cualitativas y cuantitativas en ciencias sociales y humanas**. La Paz: Fundación PIEB.
- Arratia, O. Uberhuaga, P. y García, M. (2006). **Jóvenes.com. Internet, en los barrios populares de Cochabamba**. La Paz-Bolivia: Fundación, PIEB.
- Barragán, R. et al (2001). **Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación**. La Paz: Fundación PIEB.
- Beltrán, R. (2007). **De receptor a emisor, construcción de ciudadanía en un nuevo paradigma** en Revista “Punto Cero” N° 15, Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo.
- Bermúdez, E. (2001). **Consumo Cultural y representaciones de identidades juveniles**. Maracaibo Venezuela: Universidad de Zulia, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
- Borrega, Y. (2006). **Consumiendo cultura en Bolivia. ¿Qué ocurre con nuestros museos?**, en Revista Temas Sociales N° 27, La Paz: IDIS/UMSA.
- Boudon, R. y Lazarfeld, P. (1974). **Metodología de las ciencias sociales. Conceptos e índices**. España: Laia.
- Britos, J., Cáceres., E y Acosta, R. (2012). **Caracterización del acceso y uso de las TIC en contextos universitarios de la ciudad de Asunción-Paraguay** en Cultura Digital en América Latina, Bogotá: RIIAL, CELAM, CEDAL.
- Cabrero, C. (2005). **Periodismo digital en Bolivia**, La Paz: Plural.
- Czarny, M. y Urbas, A. (2011) **Manual de Enfoque teórico. Guía para la implementación en instituciones educativas**, Argentina: chicos.net.
- De Haro, J., (2009). **Las redes sociales aplicadas a la práctica docente**, en Revista DIM, N° 13, disponible en www.raco.cat › ... › Núm. 13 (2009): Marzo › Haro (Consulta, 15, 03.16)
- Días, R. (2008). **Cultura: la clave para la transición organizacional** en Revista “Punto Cero” N° 16, Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo.
- Díaz, A. (2010). **Definición, historia y objetivo de una red social**. Barcelona, España disponible en www.inqualitas.net/.../17114-definicion-historia-y-objetivo-de-una-red-s (Consulta el 20.02.15)

Fernández, C. (2005). **La comunicación humana en el mundo contemporáneo**. México: McGraw-Hill.

Fogg, L., Baird, D. y Fogg, B. (2012): **Facebook para educadores**, Blog I-deo, disponible en portaljove.apda.ad/system/files/facebook_para_educadores.pdf (Consulta el 29.12.15).

Fundación UNIR Bolivia (2010): **Información y comunicación derechos de todas las personas**, La Paz: Observatorio Nacional de Medios (ANADEM).

Gálvez, M. y Calderón, C. (2012). **Jóvenes chilenos y redes sociales virtuales. ¿Oportunidades para la participación y la creación**” en *Cultura Digital en América Latina*, Bogotá: RIIAL, CELAM, CEDAL.

García Canclini, N. (1995). **Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. México: Grimaldo.

García, M. (2010). **Aplicación de las TIC en la educación superior** en *Cursos en Línea con Certificación Universitaria*, disponible en www.CampusExplorer.com/EnLinea

Giddens, A. (2001). **Sociología**. España: Alianza Editorial.

Gómez, F. (2010). **El pequeño libro de las redes sociales**. España: Parangona Realizació Editorial, S.L.

Gómez, L. (2008). **Los determinantes de la práctica educativa**. En revista *Universidades* N° 38, julio-septiembre: Unión de Universidades de América Latina y el Caribe, México, disponible en www.redalyc.org/pdf/373/37303804.pdf (Consulta el 05.02.16).

Guardia, M. (2005). **Irrupción y proyecciones de los estudios de recepción en Bolivia** en *Comunicación, Nuevos Escenarios y Conflictos Sociales*, Memoria Académica. IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Cochabamba: UNFPA.

Guardia, M. (2008). **De receptor a emisor, construcción de ciudadanía en un nuevo paradigma** en *Revista “Punto Cero”* N° 16, Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Halpern, D. (2015). Ciencia y tecnología. Uso de redes sociales y celulares en el ámbito educativo. Chile: Universidad Católica disponible en www.latercera.com/.../659-622436-9-estudio-de-la-uc-dice-que-uso-de-r..

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1998). **Metodología de la investigación**. México: McGRAW HILL.

Infante, A. y Aguaded, J. (2011). **Las redes sociales como herramientas educativas**, España: Universidad de Huelva, disponible en www.edutic.ua.es/.../las-tecnologias-de-la-informacion-163-176-CAP9.

Iriarte, G. (2005). **Los juegos electrónicos y su impacto en nuestros niños y adolescentes**. Cochabamba-Bolivia: KIPUS,

Jordán, X. (2008). **La construcción de lo literario en tiempos de globalización** en Revista “Punto Cero” N° 16, Cochabamba: Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Kinen, E., Baroto., R., Andisco, V., Guzonatto, M y Giacone, C. (2012). **Uso de las TIC en las prácticas educativas universitarias** en Cultura Digital en América Latina, Bogotá: RIIAL, CELAM, CEDAL.

Mamani, A., Apaza, B., Aguilar, C y Molina, L. (2012). **Democratización del Internet en Bolivia. Costo y servicios del Internet en Bolivia** en Revista de la Cátedra Libre “Marcelo Quiroga Santa Cruz, La Paz: Carrera de Comunicación Social

Mamani, J. Gutiérrez, F. y Vaca, H. (2014). **Generación WiFi. Facebook, Twitter y You Tube: Espacios de participación, libertad y ocio de los jóvenes en Santa Cruz de la Sierra.** La Paz-Bolivia: Fundación, PIEB.

Marchesi, A. (1998). **Calidad de la enseñanza en tiempos de cambio.** Madrid, España: Editorial Alianza.

Martin Serrano, M. (2007): **“Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana”.** Extraído de Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España,

Matecón, A. (2002). **Los estudios sobre consumo cultural en México,** Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México disponible en geiuma-oax.net/estudios/MAR15.htm. (Consulta el 08.03.16)

Moreno, C. (2010). **Consumo de servicios de internet en locales públicos de la zona de ciudad Satélite por parte de jóvenes y adolescentes.** Tesis de Licenciatura, la Paz: UMSA.

Moreno, C. (2015). **Nuevas tecnologías de información y comunicación y educación superior: el caso de la Carrera de Ciencias del desarrollo de la Universidad Pública de El Alto.** Tesis de Licenciatura, la Paz: ESCUDO/CEUB.

Moreno, F. (2013). **Las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación en la Educación Universitaria: El uso del Internet en el Área Social de la Universidad Pública de El Alto.** Tesis de Licenciatura, La Paz: ESCUDO/CEUB.

Namakforoosh, M. (1987). **Metodología de la investigación.** México: Editorial Limusa.

Oliva, C. (2012). **Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en Internet** en Revista de Ciencias Sociales, N° 54, disponible en philpapers.org/rec/MARRSY

Pardinas, F. (1974). **Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales.** México: Siglo XXI.

Pinto, M. (2010). **Redes sociales para un aprendizaje colaborativo.** Bolivia: Fides et radio.

Piscitelli, A. (2005). **Tecnologías educativas. Una letanía sin ton ni son** en Revista de Estudios Sociales N° 22, disponible en <http://res.uniandes.edu.co/pdf/data/rev22.pdf>. (Consulta el 09.03.16)

Reina, E., Fernández, I y Noguera, A. (2012). **El uso de las redes sociales en las universidades andaluzas: el caso del Facebook y el Twitter** en Revista Internacional de Relaciones Publicas, Vol. II, Nº 4, disponible en <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article>

Rocha, A. (2010). **El Facebook como herramienta educativa para estudiantes de Educación Superior**. Universidad de Colima, México disponible en www.educacionmediatica.es/.../Alejandra%20Rocha%20Silva (Consulta el 14.02.15).

Rodríguez, F. Barrios, I. y Fuentes, T. (1984). **Introducción a la metodología de las investigaciones sociales**. La Habana: Editora Política.

Sánchez, J. (2009): **Objeto de estudio. Mi práctica educativa**, Tesis de Maestría, Centro de Estudios de Postgrado, Secretaria de Educación, México, Tlaquepaque, Jalisco, disponible en <https://categorizacion.wikispaces.com/.../trabajo+de+ejemplo+anteproyec..> (Consulta el 29.11.15).

Sarena, N. (2006). **Los jóvenes e Internet: experiencias, representación, usos y apropiaciones de internet en los jóvenes**, en UNIREvista, Vol. 1, Nº 3, Argentina, UNLP disponible en perio.unlp.edu.ar › Inicio › Vol. 1, Núm. 12 (2006) › Sarena

Soria, P. (2000). **La situación de adolescentes y jóvenes en Bolivia**. Bolivia: UPPIA/IPPF/RHO.

Steinbach, I. (2005). **Uso de las tecnologías de información y comunicación en las organizaciones agropecuarias del oriente boliviano** en Comunicación, Nuevos Escenarios y Conflictos Sociales, Memoria Académica. IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Cochabamba: UNFPA.

Tapscott, D. (1998). **Creciendo en un entorno digital. La Generación Net**. Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Terrazas, L. y Ibarra, J. (2013). **Estrategia de integración de las Tics en el sistema de educación en los Municipios de La Paz y El Alto**. La Paz, Bolivia: Centro de Estudios y Apoyo al Desarrollo Local.

Torrice, E. (1993). **La Tesis en comunicación. Elementos para elaborarla**. La Paz: Artes Gráficas Latinas.

Torrice, E. (2002). **Esbozo para una sistematización de las críticas a las aproximaciones teóricas sobre la “nueva sociedad” y la comunicación**. Ponencia de Investigación Presentada en el Congreso de Comunicación, Cochabamba: Universidad Católica

Torrice, E. (2004). **Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación**. Colombia: Grupo NORMA.

Torrice, E. (2010). **Comunicación. De las matrices a los enfoques**. Quito, Ecuador: CIESPAL.

Torrice, E. et al. (2012). **La oferta comercial de las TIC y lo usos de adolescentes y jóvenes en las ciudades de La Paz y Santa Cruz - Bolivia** en Cultura Digital en América Latina, Bogotá: RIIAL, CELAM, CEDAL.

Uberhuaga, P. Arratia, O. y García, M. (2006). **Entre lo colectivo y lo individual. El puente de transición de las identidades de los jóvenes en el uso de Internet.** La Paz-Bolivia: Fundación, PIEB.

Valenzuela, R. (2013). **Las redes sociales y su aplicación en la educación,** Revista de Digital Universitaria, N° 14, disponible en www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf

Vilches, L. (2001). **La migración digital.** Barcelona: GEDISA.

Zapata, M. (2005). **Mediaciones culturales y poder del público** en Comunicación, Nuevos Escenarios y Conflictos Sociales, Memoria Académica. IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación, Cochabamba: UNFPA.